

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского»**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол от 16.06.2021 г. № 8

Рабочая программа дисциплины

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОМПАНИИ

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность образовательной программы
МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Нижегород

2021 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.22 «Управление конкурентоспособностью компании» относится части, формируемой участниками образовательных отношений.

Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
Блок 1. Дисциплины (модули) Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.22 «Управление конкурентоспособностью компании» относится к части ООП направления подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, формируемой участниками образовательных отношений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение	<i>Знать основные принципы целеполагания Уметь ставить цели и задачи по повышению конкурентоспособности компании и ее товаров Владеть навыками оценки текущего уровня конкурентоспособности для определения целей по ее повышению</i>	<i>Тест Практическое задание Практическое задание</i>
	УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач	<i>Знать основные принципы оценки конкурентоспособности Уметь определять ожидаемые результаты от проведения мероприятий по повышению конкурентоспособности Владеть навыками оценки рыночной ситуации для определения результативности проведения мероприятий по повышению конкурентоспособности</i>	<i>Тест Практическое задание Практическое задание</i>
ПК-10 Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	ПК-10.1 Проводит анализ внешней и внутренней среды, анализ конкурентоспособности организации во внешней среде с целью разработки стратегии развития организации	<i>Знать методы оценки конкурентоспособности Уметь проводить конкурентный анализ Владеть навыками анализа конкурентоспособности организации для разработки стратегии по ее повышению</i>	<i>Тест Практическое задание Практическое задание</i>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	Очно-заочная форма

		обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):	29	17
- занятия лекционного типа	14	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14	8
самостоятельная работа	79	91
КСР	1	1
Промежуточная аттестация	зачет	Зачет

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				из них														
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции и конкурентной ситуации на рынке	20	20		2	1		2	1					4	2		16	18	
Тема 2. Понятие конкурентоспособности. Виды конкурентоспособности	20	20		2	1		2	1					4	2		16	18	
Тема 3. Методы оценки конкурентоспособности продукта компании	24	22		4	2		4	2					8	4		16	18	
Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности компании	24	22		4	2		4	2					8	4		16	18	

Тема 5. Процесс управления конкурентоспособностью. Конкурентные стратегии.	19	23		2	2		2	2				4	4		15	19	
В т.ч. текущий контроль	1	1															
Промежуточная аттестация -																	
Итого	108	108		14	8		14	8				28	16		79	91	

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практическая подготовка предусматривает: разработку проекта по оценке уровня конкурентоспособности компании и ее товаров. На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится **4 часа**.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: предпринимательство
- компетенций - ПК-10

ПРИМЕР ПРИКЛАДНОЙ ЗАДАЧИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ

Разработать проект по оценке конкурентоспособности выбранной компании несколькими методами

ЗАДАНИЕ 1. На основании данных из открытых источников провести анализ рынка, на котором компания работает и выбрать организации для сравнения

ЗАДАНИЕ 2. Определить конкурентоспособность организации несколькими методами. Сделать выводы об уровне конкурентоспособности, разработать мероприятия по ее повышению

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

Тип задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Компетенция	Формируемые практические навыки
Предпринимательский	Организация и ведение предпринимательской деятельности.	ПК-10 Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	1. Оценка рыночной ситуации 2. Оценка конкурентоспособности и компании

Критерии оценки

Критерии оценок			
отлично	хорошо	удовл.	неудовл.
Практические навыки сформированы в полном объеме	Практические навыки сформированы в полном объеме, но с некоторыми недочетами.	Практические навыки сформированы не в полном объеме, и с негрубыми ошибками.	Практические навыки не сформированы. Имели место грубые ошибки.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, групповых или индивидуальных консультаций.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу

В рамках курса применяются следующие виды самостоятельной работы обучающегося – поиск и аналитическая обработка информации по заданным темам для подготовки проекта, подготовка докладов- презентаций, работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины; самостоятельное изучение тем дисциплины; подготовка к зачету; работа в библиотеке; изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции и конкурентной ситуации на рынке	работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины, поиск информации, аналитическая обработка информации: подготовка к групповой дискуссии, анализу и обсуждению актуальных проблем, связанных с понятием конкуренции	Методы оценки уровня конкуренции на рынке, конъюнктуры рынка
Тема 2. Понятие конкурентоспособности. Виды конкурентоспособности	подготовка докладов-презентаций по оценке конкурентоспособности отдельных стран и территорий (по выбору студента)	Рейтинги конкурентоспособности стран и территорий
Тема 3. Методы оценки конкурентоспособности продукта компании	работа в библиотеке; изучение сайтов по специфике выбранного товара в сети Интернет для создания проекта (по выбору студента)	Методы поиска и оценки рыночной информации
Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности компании	работа в библиотеке; изучение сайтов по специфике выбранной компании в сети	Методы поиска и оценки рыночной информации

	Интернет для создания проекта (по выбору студента)	
--	--	--

Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

Подготовка докладов-презентаций по проработанным проектам

Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами.

Подготовка к зачету

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы.

Желательно спланировать троекратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Это работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Управление конкурентоспособностью компании», <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4782>, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		Зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность	При решении стандартных задач не продемонстрировано	Продemonстрированы основные умения.	Продemonстрированы все основные умения.	Продemonстрированы все основные умения.	Продemonстрированы все основные умения, решены	Продemonстрированы все основные умения, решены

	ть оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	ированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	ны все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
зачтено	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы для зачета

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
5 сил Портера. Математическая модель.	ПК-10
Аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия. Многоугольник конкурентоспособности	ПК-10
Аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия. Построение профиля конкурентов	ПК-10
Виды конкурентных преимуществ	ПК-10
Виды конкуренции	ПК-10
Конкурентные стратегии «нишевика»	ПК-10
Конкурентные стратегии лидера рынка	ПК-10
Конкурентные стратегии последователя	ПК-10
Конкурентные стратегии претендента на лидерство	ПК-10
Конкурентный потенциал, его виды	УК-2
Конкурентный потенциал. Методика определения	УК-2
Матрица Портера	ПК-10
Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица McKinsy	ПК-10
Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица ADL\LC	ПК-10
Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица Hofer/Schendel	ПК-10
Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица McKinsy	ПК-10
Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица БКГ	ПК-10
Методы оценки конкурентоспособности товара	ПК-10
Понятие и виды конкурентных стратегий	ПК-10
Понятие и уровни конкурентоспособности	ПК-10
Понятие конкурентного преимущества, источники конкурентных преимуществ	ПК-10
Понятие конкурентной среды региона, ее влияние на конкурентоспособность предприятий региона	ПК-10
Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции на рынке	ПК-10
Процесс управления конкурентоспособностью. Основные этапы	ПК-10
Стратегии развития конкурентного потенциала предприятия	ПК-10
Управление конкурентоспособностью. Постановка целей управления конкурентоспособностью	УК-2

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Как называется конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко совпадают и по качеству?

- А. Функциональной.
- Б. Видовой.
- В. Предметной
- Г. Ценовой.

2. К каким факторам относятся факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции?

- А. Технико-экономическим.
- Б. Коммерческим.
- В. Нормативно-правовым.
- Г. Инновационным.

3. Зачем надо определять главного конкурента ?

- А. Для изучения потребительских свойств его товара.
- Б. Чтобы знать, на кого надо опереться.
- В. Для эффективного анализа рыночной ситуации.
- Г. Для реализации стратегии «цена лидера».

4. Какая стратегия конкуренции наиболее доходна ?

- А. «Завышенная цена».
- Б. Все зависит от рыночной ситуации.
- В. «Цена лидера».
- Г. «Снятие сливок».

5. Цели компании должны соответствовать принципам:

- А. SMART
- Б. экономической эффективности
- В. PEST

6. К экономическим показателям конкурентоспособности товара относится:

- А. затраты на приобретение товара
- Б. оценочные показатели
- В. нормативно-производственные показатели
- Г. классификационные показатели

7. Что означает Т в SMART-принципе?

- А. технологичность целей
- Б. определение сроков реализации
- В. Конкретность и измеримость

8. К маркетинговым показателям конкурентоспособности товара не относится:

- А. затраты на логистику
- Б. имидж товара
- В. известность торговых посредников
- Г. известность поставщиков

Критерии оценки

Доля правильных ответов	оценка
90-100%	Отлично
70-89%	Хорошо
55 – 69%	Удовлетворительно
Менее 54%	Неудовлетворительно

Практическое задание по проведению анализ внешней и внутренней среды коммерческого предприятия

1. В городе Верхнегородце уже в течение 5 лет существует и активно развивается страусиная ферма «Оливия». Поголовье этих птиц на данный момент составляет 150 штук, а среднегодовой прирост – 15%. Самки остаются производительными до 30 лет, самцы — до 40. А вообще страусы — долгожители, они могут достигать 70-летнего возраста. Таким образом, покупка страусов, способных размножаться в течение 30 лет может рассматриваться как выгодная долгосрочная инвестиция.

В еде они не прихотливы и особой экзотической пищи не требуют. Эти совершенные птицы выносливы к температурным перепадам и с успехом разводятся даже в суровом климате.

Основные продукты страусиной фермы:

1. Знаменитое мясо страусов, с низким содержанием холестерина, высоким уровнем белка, массой полезных микроэлементов, обеспечивают стабильную популярность этому продукту в развитых странах. (Стоимость его, например, в США составляет 20 USD за кг, в Германии — 15 EUR.) Европа, напуганная постоянно появляющимися болезнями рогатого скота, сократила потребление говядины и успешно заменяет ее страусиным мясом.

2. Гигантское яйцо весом 1-1,4 кг и диаметром 15 см после 75 минут варки представляет собой замечательный продукт с низким содержанием холестерина. Твердая яичная скорлупа страусов также идет в дело – из нее делают оригинальные сувениры.

3. Кожа – износостойкая, гибкая и устойчивая к намоканию, обладает неповторимой фактурой и является продуктом высшего качества, который все больше замещает на рынке кожу охраняемых законом животных. Страусиная кожа стоит дорого, средства от ее реализации могут окупить все расходы по содержанию птицы.

4. Жир, получаемый в количестве 5-7 кг от одного страуса. Благодаря уникальному химическому составу востребован в косметологии.

5. Перья используются в изобразительном и декоративном искусстве, в шоу-бизнесе, а также, благодаря антиэлектростатическим свойствам, — в оптике и электронике.

В качестве дополнительного источника дохода можно рассматривать экскурсии для любознательных посетителей и специализированный ресторан, где основу меню составляет мясо страуса. А также мастер-классы по производству сувенирной продукции из страусиных яиц.

Необходимо выявить ряд внешних и внутренних факторов, которые оказывают существенное влияние на деятельность рассмотренного предприятия. Полученные результаты представить в виде таблицы (курсивом выделен пример):

Факторы	Положительное воздействие	Отрицательное воздействие
Внутренней среды	<i>Квалифицированный персонал,</i>	
Внешней микросреды	<i>Постоянные и надежные поставщики кормов,</i>	
Внешней макросреды	<i>Льготное налогообложение для фермерских хозяйств,</i>	

Для выбранного предприятия провести анализ внешней среды, включающий описание конкурентной ситуации в отрасли. Результат исследования представить в виде презентации.

Критерии оценки

Доля правильных ответов	Оценка
Анализ проведен полностью, сделаны обоснованные выводы, представлена презентация	Отлично
Анализ проведен с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя, представлена презентация	Хорошо
Анализ проведен с неточностями, выводы не сделаны, но представлена презентация	Удовлетворительно
Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками и презентация не представлена	Неудовлетворительно

Практическое задание для определения цены продукции компании как фактора конкурентоспособности

Для повышения эффективности работы ресторана отделом маркетинга было решено предложить услугу «Бизнес-ланч». Ожидается, что будут приходить сотрудники близлежащих офисов и предприятий. Было проведено маркетинговое исследование ближайшего конкурента по территориальному расположению и предлагаемому ассортименту (стоимость стандартного бизнес-ланча 250 руб.). Результаты представлены в таблице:

Наименование фактора	значимость фактора (1 – 10)	Оценка конкурента	Оценка нашего предложения
Качество продуктов	10	6	10
Предлагаемый ассортимент	8	8	6
Вежливость персонала	8	10	10
Скорость обслуживания	6	10	7
Вкус	10	7	10
Бонусная программа	5	1	5
Оформление блюд	5	1	8
Атмосфера	7	8	8
Качество приготовления	10	6	9

Определите возможную цену бизнес-ланча, исходя из соотношения качественных параметров по сравнению с конкурентами

Критерии оценки

Доля правильных ответов	оценка
Анализ проведен полностью, сделаны обоснованные расчеты, предложено свое обоснованное решение	Отлично
Анализ проведен, сделаны обоснованные расчеты (возможно с незначительными неточностями), предложено свое решение с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя	Хорошо
Расчеты проведены, но сделаны ошибки при анализе или расчетах	Удовлетворительно
Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками	Неудовлетворительно

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПК-10

Тестовые задания

1. Что означает понятие «конкуренция»?

- А. соперничество в каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели
- Б. процесс, при котором происходит слияние двух и более фирм с целью поглощения или разорения какого-либо предприятия
- В. нелегальная форма деятельности компании, направленная на увеличение прибыли и разорение других фирм, работающих в той же сфере
- Г. вид деятельности предприятия, направленный на сокращение объемов производства с целью экономии бюджета компании

2. Из чего складывается цена потребления?

- А. затраты на эксплуатацию товара + экономические издержки
- Б. затраты на приобретение товара + затраты на эксплуатацию товара
- В. затраты на транспортировку товара + экономические издержки
- Г. затраты на изготовление товара + затраты на транспортировку товара

3. Если два товара взаимозаменяемы, то что вызовет рост цены на один из них?

- А. Рост спроса на второй товар.
- Б. Бурную негативную реакцию продавцов второго товара.

В. Рост цены на второй товар.

Г. Падение объема спроса на второй товар.

4. Что может служить примером естественной монополии?

А. Международный нефтяной картель ОПЕК.

Б. Компания IBM.

В. Издательство «Известия».

Г. Городской метрополитен.

5. В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов?

А. «Рынок покупателя».

Б. «Рынок продавца».

В. «Равновесный рынок».

Г. Продавцы конкурируют (в той или иной степени, всегда).

6. Каким образом определяется главный конкурент?

А. По уровню потребительских свойств товара.

Б. По объему предложения.

В. По величине доли рынка.

Г. По наилучшему соотношению объемов продаж и предложения.

7. Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой?

А. Уровнем коэффициента эластичности предложения по цене.

Б. Ролью цены в конкуренции за объемы сбыта.

В. Тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода.

Г. Невозможностью использовать бесплатную рекламу.

8. Соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели – это...

А. мотивация

Б. конфликт

В. конкуренция

Г. сотрудничество

9. Какой экономической модели конкуренции не существует?

А. чистая конкуренция

Б. чистая монополия

В. монополистическая конкуренция

Г. конкурентная монополия

10. К микроэкономическим предпосылкам усиления конкуренции на российском рынке относится:

А. изменение поведения предприятий на рынке

Б. увеличение количества и разнообразия предприятий, действующих на рынке

В. либерализация цен

Г. формирование негосударственного сектора экономики

11. К формам государственной помощи и поддержки в сфере конкуренции не относится:

А. прямые субсидии

Б. освобождение от налогов

В. полное возмещение затрат в случае успеха проекта

Г. отсутствие доступа к государственным контрактам

Критерии оценки

Доля правильных ответов	Оценка
90-100%	Отлично
70-89%	Хорошо
55 – 69%	Удовлетворительно
Менее 54%	Неудовлетворительно

Практическое задание для анализа конкурентоспособности товара компании

Выберите любой товар и на его основе проведите анализ по плану:

1. Название товара. Какая нужда лежит в основе покупке данного товара? Какую потребность удовлетворяет данный товар?
2. Перечислите основные факторы или наиболее значимые критерии, влияющие на покупку данного товара.
3. Основные конкуренты. Перечислите основные достоинства товара по сравнению с конкурентами. Перечислите основные недостатки товара по сравнению с конкурентами. Опишите сегмент потребителей, которые заинтересованы в данном товаре. Опишите типичного потребителя данного товара.
4. Проведите сравнительный анализ товара с товаром конкурента в таблице:

Критерий	Важность критерия	Товар А		Товар Б	
		Оценка	Оценка с учетом важности	Оценка	Оценка с учетом важности
Итого					

Сделайте вывод относительно конкурентоспособности товара

Критерии оценки

Доля правильных ответов	оценка
Анализ проведен полностью, сделаны обоснованные выводы	Отлично
Анализ проведен с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя	Хорошо
Анализ проведен с неточностями, выводы не сделаны	Удовлетворительно
Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками	Неудовлетворительно

Практическое задание для закрепления знаний по анализу рынка и оценке конкурентоспособности компании

1. Компания планирует вывести на рынок новый продукт. При этом рассматриваются два региона. Данные о распределении долей рынках представлены в таблице. Используя индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННІ) выбрать наиболее перспективный регион

Конкурент	Рыночная доля на рынке 1	Рыночная доля на рынке 2
А	50%	23%
В	20%	---
С	10%	47%
Д	10%	30%
Е	10%	----

Критерии оценки

Доля правильных ответов	оценка
Рассчитаны все требуемые показатели, сделан правильный выбор	Отлично
Рассчитаны все требуемые показатели с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя, сделан правильный выбор	Хорошо
Рассчитаны не все требуемые показатели (но больше 50%), выбор не сделан	Удовлетворительно
Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками	Неудовлетворительно

Практическое задание для закрепления знаний по анализу рынка и оценке конкурентоспособности компании

Рынок бутилированной воды является высоко конкурентным. В таблице приведены ежемесячные объемы производства и выручка компаний. По приведенным данным определите:

- Емкость рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- долю рынка каждой компании, как в абсолютном, так и в стоимостном объеме выпускаемой продукции;
- индекс Холла – Тайдмана и сделать соответствующие выводы относительно концентрации компаний на рынке.

Торговая марка	Объем производства, тыс. л	Доля рынка в натуральном выражении, %	Выручка, тыс. руб.	Доля рынка в стоимостном выражении, %
«Ключевая»	144		1878,0	
«Княгининская»	112		1345,0	
«Сестрица»	102		1234,0	
«Архыз»	87		962,0	
«Дивеевская»	77		779,0	
«Чистые ключи»	59		475,0	
«Горная»	55		391,0	

Критерии оценки

Доля правильных ответов	Оценка
Рассчитаны все требуемые показатели	Отлично
Рассчитаны все требуемые показатели с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя	Хорошо
Рассчитаны не все требуемые показатели (но больше 50%)	Удовлетворительно
Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками или рассчитано менее 50% требуемых показателей	Неудовлетворительно

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов – не предусмотрено

5.2.5. Темы проектов, выполняемых самостоятельно студентами:

1. Оценка конкурентоспособности товара (выбранной студентом компании выбранным методом)
2. Оценка конкурентоспособности компании (по выбору студента, выбранным методом)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие / А.К. Александров [и др.] ; под общ. ред. В.М. Круглика. — Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2020. — 285 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006704-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1045718>
2. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 242 с. + Доп. материалы

[Электронный ресурс; Режим доступа: <https://new.znanium.com>]. — (Президентская программа подготовки управленческих кадров). —

www.dx.doi.org/10.12737/20892. - ISBN 978-5-369-01088-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/942745>

3. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 300 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59b0fc9f869b17.11305387. - ISBN 978-5-16-013471-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937630>

б) дополнительная литература:

1. Бондарчук, Н. В. Бизнес-разведка. Практикум : учебное пособие / Н. В. Бондарчук, А. А. Курашова. - Москва : Дашков и К, 2020. - 138 с. - ISBN 978-5-394-03857-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231982>
2. Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие / Рыжикова Т.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 267 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010215-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959409>
3. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные под-ходы к исследованию роли конкуренции : монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 104 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/6813. - ISBN 978-5-16-010478-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233662>

В) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

- программное обеспечение MS Office в составе Word, Power Point
- онлайн-ресурсы для создания презентаций
- информационно-справочная система «Консультант+»;

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер, проектор и экран

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ», профиль «Менеджмент организации».

Автор: к.э.н., доцент Ангелова О.Ю.

Заведующий кафедрой информационных технологий и инструментальных методов в экономике, д.э.н., профессор Трифонов Ю.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства

от «15» марта 2021 года, протокол № 3.