

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  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 30 ноября 2022 г. №13)

**Рабочая программа дисциплины**

**«УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ  
ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»**

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

Направление подготовки  
38.03.06 «Торговое дело»

Направленность образовательной программы  
Профиль «Управление торговой и логистической деятельностью»

Форма обучения  
очная, очно-заочная

Нижегород  
2023



## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Управление конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания» относится к части ООП направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», формируемой участниками образовательных отношений.

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

| Формируемые компетенции<br>(код, содержание компетенции)   | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции   |  | Наименование оценочного средства                  |
|--|---|--|---|
|  | Индикатор достижения компетенции<br>(код, содержание индикатора)  | Результаты обучения по дисциплине  |   |
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>ИД-1<sub>УК-1</sub> Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации</p> <p>ИД-2<sub>УК-1</sub> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки</p> <p>ИД-3<sub>УК-1</sub> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности</p> <p>ИД-4<sub>УК-1</sub> Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания</p> | <p>ИД-1<sub>УК-2</sub><br/>31 (УК-1) Знать основные источники получения конкурентной информации.</p> <p>У1 (УК-1) Уметь собирать, обрабатывать информацию о конкурентных объектах</p> <p>В1 (УК-1) Владеть навыком сбора и обработки информации, позволяющей рассчитывать показатели конкурентоспособности товара или организации</p> <p>ИД-2<sub>УК-1</sub><br/>31 (УК-1) Знать способы представления информации об оценке конкурентоспособности объекта исследования</p> <p>У1 (УК-1) Уметь представлять информацию об оценке конкурентоспособности объекта исследования</p> <p>В1(УК-1) Владеть навыками представления информации об оценке конкурентоспособности объекта исследования.</p> | <i>Тесты, собеседование, практические задания</i> |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  |   | <p>ИД-3<sub>УК-1</sub><br/> 31 (УК-1) Знать основные источники и формы предоставления объективной и субъективной информации, в том числе в сети интернет.</p> <p>У1 (УК-1) Уметь выбирать и оценивать источники и формы предоставления объективной и субъективной информации, в том числе в сети интернет.</p> <p>В1(УК-1) Владеть навыками оценки объективной и субъективной информации, в том числе в сети интернет.</p> <p>ИД-4<sub>УК-1</sub><br/> 31 (УК-1) Знать основные способы публичного представления результатов профессиональных исследований в рамках профессиональной деятельности</p> <p>У1 (УК-1) Уметь публично представлять результаты профессиональных исследований в рамках профессиональной деятельности, доказывать свою позицию</p> <p>В1(УК-1) Владеть навыками презентации сути проектируемых решений.</p> |  |
| <p>ПК-10. Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) исходя из расчетов</p> | <p>ИД-1<sub>ПК-10</sub> Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений</p> <p>ИД-2<sub>ПК-10</sub> Формирует альтернатив-</p> | <p>ИД-1<sub>ПК-10</sub><br/> 31 (ПК-10) Знать факторы и показатели оценки конкурентоспособности товаров и организации, методы расчета</p> <p>У1 (ПК-10) Уметь выбирать и анализировать отдельные показатели конъюнктуры товарного рынка для прове-</p>   | <p><i>Тесты, собеседования, практические задания</i></p> |

|                            |  |   |  |
|----------------------------|--|---|--|
| <p>целевых показателей</p> | <p>п-ные решения на основе разработанных для них целевых показателей<br/>ИД-3 ПК-10 Анализирует, обосновывает и выбирает решения, в том числе на основе экономической оценки инвестиционных проектов</p> | <p>дения конкурентной оценки<br/>В1 (ПК-10) Владеть навыками расчета показателей оценки конкурентоспособности товаров и организации, методы расчета<br/>ИД-2 ПК-10<br/>З1 (ПК-10) Знать базовые понятия управления конкурентоспособностью, их взаимосвязь и обусловленность<br/>У1 (ПК-10) Уметь применять полученные знания о конкурентных преимуществах, с целью определения реального состояния организации и перспектив ее развития<br/>В1 (ПК-10) Владеть методологическими подходами проведения конкурентного анализа<br/>ИД-3 ПК-10<br/>З1 (ПК-10) Знать источники, способы формирования и развития конкурентных преимуществ, а на их основе способы формирования и реализации конкурентных стратегий<br/>У1 (ПК-10) Уметь анализировать бизнес-среду организации; уметь анализировать эффективность хозяйственной деятельности организации; разрабатывать конкурентные стратегии и способы их внедрения<br/>В1 (ПК-10) Владеть методами анализа бизнес-среды организации; анализом эффективности хозяйственной деятельности организации; методами разработки стратегий и их внедрения</p> |  |
|----------------------------|--|---|--|

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. *Трудоемкость дисциплины*

|   | очная форма<br>обучения | очно-заочная<br>форма<br>обучения | заочная<br>форма<br>обучения |
|---|-------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| Общая трудоемкость  | _4_ ЗЕТ                 | _4_ ЗЕТ                           | ___ ЗЕТ                      |
| Часов по учебному плану   | 144                     | 144                               |                              |
| в том числе   |                         |                                   |                              |
| аудиторные занятия (контактная<br>работа):                                      | 66                      | 34                                |                              |
| - занятия лекционного типа  | 32                      | 16                                |                              |
| - занятия семинарского типа<br>( практические занятия /<br>лабораторные работы) | 32                      | 16                                |                              |
| КСРИФ   | 2                       | 2                                 |                              |
| самостоятельная работа  | 42                      | 74                                |                              |
| Промежуточная аттестация – экзамен  | 36                      | 36                                |                              |

#### 3.2. Содержание дисциплины

| Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля) форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) | Всего, часы              |              |         | В том числе  |              |         |                            |              |         |       |              |         |       |              |         |   |              |         |
|--|--------------------------|--------------|---------|--|--------------|---------|----------------------------|--------------|---------|-------|--------------|---------|-------|--------------|---------|---|--------------|---------|
|  |                          |              |         | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них |              |         |                            |              |         |       |              |         |       |              |         | Самостоятельная работа обучающегося, часы |              |         |
|  | 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. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности предприятий   | 17                       | 18           |         | 5  | 3            |         | 5                          | 3            |         |       |              |         | 10    | 6            |         | 7   | 12           |         |
| ТЕМА 2. Конкурентная среда предприятий торговли и общественного питания и ее анализ  | 19                       | 18           |         | 6  | 3            |         | 6                          | 3            |         |       |              |         | 12    | 6            |         | 7   | 12           |         |
| ТЕМА 3. Конкурентоспособность предприятий торговли и общественного питания и ее оценка                                     | 19                       | 18           |         | 6  | 3            |         | 6                          | 3            |         |       |              |         | 12    | 6            |         | 7   | 12           |         |
| ТЕМА 4. Государственное регулирование конкуренции  | 17                       | 18           |         | 5  | 3            |         | 5                          | 3            |         |       |              |         | 10    | 6            |         | 7   | 12           |         |
| ТЕМА 5. Система управления конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания                             | 17                       | 18           |         | 5  | 3            |         | 5                          | 3            |         |       |              |         | 10    | 6            |         | 7   | 12           |         |
| ТЕМА 6. Информационное обеспечение конкурентоспособности предприятий торговли и общественного питания                      | 17                       | 16           |         | 5  | 1            |         | 5                          | 1            |         |       |              |         | 10    | 2            |         | 7   | 14           |         |
| Итого (включая КСИФР -2 час)   | 144                      | 144          |         | 32   | 16           |         | 32                         | 16           |         |       |              |         | 66    | 34           |         | 42  | 74           |         |
| <b>Промежуточная аттестация – экзамен (36 часов)</b>   |                          |              |         |  |              |         |                            |              |         |       |              |         |       |              |         |   |              |         |

## Тема 1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности предприятий

Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Понятие, сущность и эволюцию конкурентной борьбы. основополагающие законы конкуренции. Теория конкуренции А.Смита. Понятие конкурентного преимущества. Формы конкуренции (предметная, функциональная). Современное состояние конкуренции на различных рынках. Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Методы конкуренции. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу. Отраслевая конкуренция. Взаимодействие конкурентных сил в отрасли

## ТЕМА 2. Конкурентная среда предприятий торговли и общественного питания и ее анализ

Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки. Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров. Характеристика методов исходя из источника и способа получения первичной информации (расчетный, экспериментальный, статистический и пр.). Характеристика методов исходя из номенклатуры критериев – прямые и косвенные методы. Характеристика методов исходя из цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадии проектирования и изготовления продукции; методы применяемые на стадиях реализации и эксплуатации.

Характеристика методов исходя из формы представленных данных: графические методы, матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы.

## ТЕМА 3. Конкурентоспособность предприятий торговли и общественного питания и ее оценка

Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Выявление существующих конкурентов и предварительных анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Анализ деятельности приоритетных конкурентов. Понятие конкурентоспособности торговой организации. Направления оценки конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности. Теория конкурентного преимущества М. Портера. Стадии конкурентоспособности предприятия. Пять сил, определяющих конкуренцию отрасли. Типичные новшества и инновации, дающие конкурентные преимущества фирмами (новые технологии; новые запросы покупателей).

Оценка конкурентоспособности персонала. Установление перечня качеств персонала и их весомость. Дополнительные условия, необходимые для определения качества персонала. Методика оценки конкурентоспособности организации

## ТЕМА 4. Государственное регулирование конкуренции

Антимонопольная политика как составная часть концепции экономического развития России. Оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках. Характеристика видов деятельности, направленных на ограничение конкуренции. Акты и действия органов исполнительной власти и местного самоуправления, направленные на ограничение конкуренции. Горизонтальные слияния на товарных рынках. Ответственность хозяйствующих субъектов за нарушение антимонопольного законодательства.

## ТЕМА 5. Система управления конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания

Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества торговой организации. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы.

Основные типы конкурентных преимуществ организации. Функции управления конкурентными преимуществами.

Этапы построения эффективной системы

достижения и управления конкурентными преимуществами организации. Создание и развитие «цепочки ценности фирмы».

Методика оценки конкурентного преимущества организации. Типовые факторы конкурентного преимущества (персонал; товар, услуга; организация; отрасль) и их прогноз. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ. Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы. Виды конкурентных стратегий: корпоративные, отдельного бизнеса, функциональные. Конкурентные стратегии в зависимости от доли фирмы на рынке.

Конкурентные стратегии в зависимости от ресурсов фирмы и условий экономической среды. Стратегии роста малых фирм. Матрица «Изддержки качества» и типы стратегий конкурентной борьбы

ТЕМА 6. Информационное обеспечение конкурентоспособности предприятий торговли и общественного питания

Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения.

Выявление и оценка воздействия конкурентов на отраслевом рынке. Анализ и оценка конкурентной среды. Анализ конкурентов: концепция конкуренции (модель Портера). Этапы исследования деятельности конкурирующих фирм. Исследование эффективности рекламной кампании конкурентов. Последовательность задач, решаемых в процессе сбора информации о конкурентах. Оценка конкурентоспособности товаров услуг ближайших конкурентов

Практические занятия (семинарские 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 выполнение практических заданий.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 6 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения

- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;

- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей ситуации для принятия обоснованных управленческих решений;

- компетенции:

ПК-10. Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) исходя из расчетов целевых показателей

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

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это учебная и научная работа, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения работ. Цель СРС в процессе обучения заключается как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию на новом учебном материале.

Формы организации самостоятельной работы студентов в рамках дисциплины:

- исследование показателей конкуренции и конкурентоспособности по исследуемому вопросу с целью выполнения предусмотренных дисциплиной практических заданий;
- на основе выбранных методов исследования разработка и обоснование предложений по выбранной теме и объекту исследования;
- аналитический обзор по заданной преподавателем тематике или теме, выбранной студентом самостоятельно;

Студенту предоставляется право самостоятельного выбора темы презентации по примерному перечню, имеющемуся в структуре и программе данного учебного курса.

Тема и содержание презентации должны отражать основные разделы дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания» и соответствовать требованиям настоящей учебной программы.

Студенту необходимо продемонстрировать умение собирать информацию, касающуюся специальности в целом и составляющих ее частей, обрабатывать ее, правильно располагать, анализировать, иллюстрировать необходимыми схемами, рисунками, графиками, диаграммами, таблицами.

Электронная презентация выполняется при помощи программного обеспечения Microsoft office PowerPoint.

В презентацию обязательно входит: цель и основные задачи темы исследования, содержательная часть с использованием графического и иллюстративного материала, заключение и список использованных информационных источников, на которые обязательно должны быть приведены ссылки.

Общий объем представляемой к защите презентации предусматривает 8-15 слайдов.

Кафедрой планируется в общем объеме реферативных работ примерно 10-20% научно-исследовательского творческого характера с представлением возможности автору выступить со своими новаторскими идеями и разработками на конференциях молодых ученых с публикацией тезисов доклада.

При постановке оценки за полностью выполненную работу учитывается степень самостоятельности, индивидуальное творчество, активность и оригинальность при выполнении студентом реферата, а также степень его готовности к представлению на научно-практическую конференцию молодых ученых высших учебных заведений.

### **Темы для самостоятельной работы**

1. Исследование и оценка конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия – объекта практики).
2. Пути повышения конкурентоспособности предприятия торговли и/или общественного питания (на примере предприятия - объекта практики).
3. Систематизация методов оценки конкурентоспособности товаров и услуг предприятий торговли и общественного питания (на примере предприятия – объекта практики).
4. Целеполагание в системе управления конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания (на примере предприятия – объекта практики).
6. Методы анализа конкурентоспособности предприятий торговли и общественного питания. (на примере предприятия – объекта практики)
7. Концентрация рынка – важнейшая характеристика уровня конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия – объекта практики).

8. Современные инструменты обеспечения конкурентоспособности предприятий торговли и общественного питания (на примере предприятия – объекта практики).

9. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе на рынке торговли и общественного питания (на примере предприятия – объекта практики).

10. Стоимость бизнеса – интегральная оценка уровня конкурентоспособности предприятия. (на примере предприятия – объекта практики)

11. Инфраструктура системы определения конкурентоспособности предприятий торговли и общественного питания. (на примере предприятия – объекта практики)

12. Выбор конкурентной стратегии развития предприятий торговли и общественного питания. (на примере предприятия – объекта практики)

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.1

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Управление конкурентоспособностью предприятий торговли и общественного питания», <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10214>, 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

При выставлении экзамена преподавателем оцениваются следующие виды учебной работы обучающегося:

1. Результат работы на практических занятиях (решение практических заданий и их представление);
2. Результат работы на семинарских занятиях (собеседование);
3. Результат контрольного тестирования;
4. Посещаемость (не менее 70% занятий)

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | Шкала оценивания сформированности компетенций   |  |   |   |   |   |   |
|--|---|--|---|---|---|---|---|
|  | плохо   | неудовлетворительно  | удовлетворительно   | хорошо  | очень хорошо  | отлично   | превосходно   |
| <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 ошибки. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.      | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.                            |
| <u>Умения</u>  | Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие  | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми                    | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в пол-       | Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными | Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи. Выполнены все за- |

|               |  |  |   |   |   |   |   |
|---------------|--|--|---|---|---|---|---|
|               | отказа обучающегося от ответа  | грубые ошибки.   | ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.                                  | ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.            | ном объеме, но некоторые с недочетами.  | несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.                 | дания, 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 | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

| Оценка                     | Уровень подготовки  |
|----------------------------|---|
| <b>превосходно</b>         | 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 |
| <b>отлично</b>             | 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»  |
| <b>очень хорошо</b>        | 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»  |
| <b>хорошо</b>              | 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»  |
| <b>удовлетворительно</b>   | 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»                                      |
| <b>неудовлетворительно</b> | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»   |
| <b>плохо</b>               | 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 к экзамену

| № п/п | Вопрос  | Код компетенции (согласно РПД) |
|-------|---|--------------------------------|
| 1.    | Содержание конкурентоспособности и ее формы. Конкурентоспособность как объект управления. | УК-1                           |
| 2.    | Глобализация экономики и глобализация конкуренции   | УК-1                           |
| 3.    | Практика регулирования конкурентных отношений на отечественном                            | УК-1                           |

|     |   |       |
|-----|---|-------|
|     | рынке.  |       |
| 4.  | Конкурентоспособность товара: содержание , факторы, источники , показатели  | УК-1  |
| 5.  | Конкурентоспособность предприятия (фирмы): содержание, факторы, источники, показатели.  | УК-1  |
| 6.  | Конкурентоспособность отрасли: содержание, факторы, источники, показатели.  | УК-1  |
| 7.  | Конкуренция: теоретические модели, генезис экономической конкуренции и ее сущность  | УК-1  |
| 8.  | Эволюция конкуренции и обуславливающие ее факторы   | УК-1  |
| 9.  | Основы теории конкурентного преимущества: модели М. Портера, детерминанты конкурентного преимущества, пути достижения.  | УК-1  |
| 10. | Теория конкурентных сил М Портера   | УК-1  |
| 11. | Характеристика конкурентной среды предприятия и его структуры. Факторы конкурентной среды.  | ПК-10 |
| 12. | Диагностика факторов конкурентной среды предприятия. Характеристика государственной политики в области регулирования конкуренции.   | ПК-10 |
| 13. | Диагностика факторов конкурентной среды предприятия. Оценка возможностей появления новых конкурентов.   | ПК-10 |
| 14. | Диагностика факторов конкурентной среды. Определение характера влияния потребителей на интенсивность конкуренции.   | ПК-10 |
| 15. | Диагностика факторов конкурентной среды предприятия. Определение влияния поставщиков продукции на интенсивность конкуренции. Оценка угрозы со стороны товаров - заменителей.            | ПК-10 |
| 16. | Конкурентный анализ отрасли. Ключевые факторы успеха.   | ПК-10 |
| 17. | Государственный механизм воздействия на конкурентоспособность.  | УК-1  |
| 18. | Анализ деятельности конкурентов: структура анализа, процедуры.  | ПК-10 |
| 19. | Анализ деятельности конкурентов: диагностика целей конкурентов.   | ПК-10 |
| 20. | Анализ деятельности конкурентов: анализ рыночной доли конкурентов   | ПК-10 |
| 21. | Анализ деятельности конкурентов: изучение методов реализации товарной политики конкурентов.   | ПК-10 |
| 22. | Анализ деятельности конкурентов: исследование динамики цен конкурентов.   | ПК-10 |
| 23. | Анализ деятельности конкурентов: исследование организации сбытовой сети конкурентов.  | ПК-10 |
| 24. | Анализ деятельности конкурентов: оценка финансовой стабильности конкурентов.  | ПК-10 |
| 25. | Система сбора и обработки информации о фирмах - конкурентах.  | УК-1  |
| 26. | Построение конкурентной карты рынка.  | ПК-10 |
| 27. | Конкурентоспособность фирмы: общие подходы к оценке конкурентоспособности фирмы (с позиции сравнительных преимуществ, факторов производства, эффективной конкуренции, теории качества). | ПК-10 |
| 28. | Конкурентоспособность фирмы: оценка конкурентоспособности фирмы на базе матричных методов.  | ПК-10 |
| 29. | Технология оценки конкурентоспособности фирмы: листы оценки, матрица Маккинзи.  | ПК-10 |
| 30. | Экспертные и рейтинговые системы оценки конкурентоспособности фирмы.  | ПК-10 |
| 31. | Методика оценки конкурентоспособности производственного предприятия (общественного питания).  | ПК-10 |

|     |  |       |
|-----|--|-------|
| 32. | Схема оценки конкурентоспособности продукции.  | ПК-10 |
| 33. | Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность продукции.   | ПК-10 |
| 34. | Показатели оценки уровня конкурентоспособности продукции: единичные, групповые, интегральный.  | ПК-10 |
| 35. | Общая характеристика базовых стратегий конкуренции.  | ПК-10 |
| 36. | Стратегии конкуренции: стратегия дифференциации продукции (преимущества, рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы). | ПК-10 |
| 37. | Стратегии конкуренции : стратегия снижения издержек (преимущества, рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы).       | ПК-10 |
| 38. | Стратегии конкуренции: стратегия фокусирования.  | ПК-10 |
| 39. | Стратегии конкуренции: стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.   | ПК-10 |
| 40. | Стратегии конкуренции: стратегия внедрения новшеств.   | ПК-10 |
| 41. | Проектирование стратегий конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке.  | ПК-10 |
| 42. | Адаптация стратегий конкуренции к особенностям динамики рынка.   | ПК-10 |
| 43. | Типы конкурентных стратегий. Понятие виолентной стратегии.   | ПК-10 |
| 44. | Типы конкурентной стратегии. Понятие коммутантной стратегии.   | ПК-10 |
| 45. | Типы конкурентной стратегии. Понятие эксплерентной стратегии.  | ПК-10 |
| 46. | Типы конкурентных стратегий. Понятие пациентной стратегии.   | ПК-10 |
| 47. | Методы обеспечения конкурентоспособности. Система рационализации поставок — джаст ин тайм  | ПК-10 |
| 48. | Методы обеспечения конкурентоспособности. Система ориентации на конкурентов — бенчмаркинг (benchmaking)  | ПК-10 |
| 49. | Международная конкурентоспособность российских производителей: основные показатели, международные рейтинги.  | УК-1  |
| 50. | Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности: общий обзор   | УК-1  |

### **5.2.2.1 Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-1**

1. Выберите слабо дифференцирующие идеи:

- А) Наследственность
- Б) Уникальная технология
- В) Низкая цена
- Г) Высокое качество

2. Выберите сильно дифференцирующие идеи:

- А) Ориентация на покупателя
- Б) Собственность на атрибут
- В) Широкий выбор
- Г) Лидерство

3. 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.

4. Кто является автором теории, утверждающей, что каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками?

- А. Смит.
- Б. Риккардо.
- В. Лукас.
- Г. Портер.

### **5.2.2.2 Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-10**

1. Представление о конкурентоспособности организации основано на:

- а) требованиях и пожеланиях потребителей;
- б) принципах деятельности производителей;
- в) законодательных требованиях государства.

2. Управление конкурентоспособностью организации

- а) обеспечение конкурентных преимуществ,
- б) разработка мер по поддержанию конкурентного положения организации во внешней среде,
- в) разработка стратегии, направленной на создание и поддержание конкурентного имиджа организации с учетом требований к качеству.

### **5.2.3.1 Типовые задания для оценки сформированности компетенции УК-**

**1**

#### **Задание 1**

С 1908 года Станца Лимитед является британским филиалом итальянского международного шинного конгломерата. На сегодняшний день компания обеспечивает 8% от общего объема продаж шин для легковых автомобилей в Великобритании при годовом обороте свыше 100 млн. фунтов стерлингов. Исторически Станца ассоциировалась с выпуском шин высокого качества, розничная цена которых

составляла более 400 фунтов за единицу продукции. Одновременно с рынком низкопрофильных шин продукция Станца начинает завоевывать рынок семейных автомобилей. Развитие технологии производства шин более чем вдвое продлило жизнь средней шины, если производить расчеты исходя из пробега автомобиля. Следовательно, годовой рынок в Великобритании остается статичным на уровне 15 млн. единиц. Тем не менее, внутри общего рынка наблюдается рост рынка низкопрофильных шин высокого качества, вызванный рекламной деятельностью производителей легковых автомобилей. К сожалению, спад ограничил сбыт товара, но существующий спрос оставляет надежды на рыночное выздоровление. В течение пяти последующих лет, по предположениям специалистов Станцы, низкопрофильный сегмент займет 30% рынка по сравнению с существующими 19%. Потенциальный спрос на низкопрофильные шины фирмы Станца, которая предлагает продукцию относительно высокого качества внутри однотипного производства, составляет значительную долю. При этом потребители, являясь владельцами высококлассных автомобилей, приобретают машины с низкопрофильными шинами. Замена шин для них является скорее стрессовым состоянием, чем запланированным действием.

Задание: проведите SWOT- анализ ситуации, постройте SWOT-матрицу.

### 5.2.3.1 Типовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-10

**Задание 1** Предприятие «Альфа» продает 7 видов продукции. Объем реализации за последние три года и доля рынка предприятия и основного конкурента по каждому виду продукции представлены в таблице. Используя матрицу БКГ, сформируйте продуктовую стратегию предприятия.

| Виды продукции | Объем реализации по годам |      |      | Доля рынка предприятия | 2014 г., % конкурента |
|----------------|---------------------------|------|------|------------------------|-----------------------|
|                | 2012                      | 2013 | 2014 |                        |                       |
| Продукция 1    | 1090                      | 760  | 740  | 34                     | 21                    |
| Продукция 2    | 566                       | 610  | 654  | 44                     | 20                    |
| Продукция 3    | 1809                      | 1960 | 2125 | 3                      | 5                     |
| Продукция 4    | 228                       | 270  | 316  | 35                     | 17                    |
| Продукция 5    | 2725                      | 3270 | 3270 | 2                      | 8                     |
| Продукция 6    |                           | 109  | 152  | 18                     | 18                    |
| Продукция 7    | 1199                      | 1199 | 1177 | 6                      | 8                     |

### 5.2.4.1 Вопросы для собеседования для оценки сформированности компетенции УК-1

Тема 1.

|   |
|---|
| 1. Сущность понятий «конкуренция», «конкурентоспособность организации» и «конкурентоспособности услуг». |
| 2. Сущность понятий «конкурентоспособность организации»   |
| 3. Сущность понятий «конкурентоспособности услуг».  |
| 4. Конкуренция: понятие, сущность   |
| 5. Движущие силы конкуренции.   |
| 6. Конкурентоспособность организации: характеристика понятия и факторы воздействия                      |

### 5.2.4.2 Вопросы для собеседования для оценки сформированности компетенции ПК-10

Тема 3

|   |
|---|
| 1. Понятие и сущность конкурентных стратегий.                             |
| 2. Методические подходы к формированию конкурентной стратегии организации |
| 3. Классификация конкурентных стратегий                                   |
| 4. Этапы формирования конкурентной стратегии                              |

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Основная литература**

1. Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13922-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488882>

2. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491928>

### **б) Дополнительная литература**

1. 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](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59b0fc9f869b17.11305387). - ISBN 978-5-16-106130-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937630> .

2. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493126>

3. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07330-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488520>

4. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489582>

### **в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. Федеральная служба государственной статистики: Оптовая торговля и товарные рынки. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/wholesale/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/wholesale/)

2. Федеральная служба государственной статистики: Розничная торговля, услуги населению, туризм Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/)

3. Рейтинговое агентство РАЕХ («Эксперт РА») Режим доступа: <http://raexpert.ru/>

4. Операционная система Microsoft Windows

5. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional

6. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

#### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер преподавателя с возможностью подключения к сети Интернет, экран для демонстрации и проектор, компьютеры для студентов с возможностью подключения к сети Интернет.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Управление торговой и логистической деятельностью»

Автор:

к.э.н., доцент кафедры  
торгового дела

И.В. Большакова

Рецензент:

Директор АНО «Эксперт-НН»

Н.А. Барина

Заведующий кафедрой

торгового дела  
д.э.н., профессор

О.В. Чкалова

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «14» ноября 2022 года, протокол № 6.