

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Агафонов Александр Владимирович  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 29.05.2020 15:53:07  
Уникальный идентификатор:  
2539477a8ecf706dc9cf164bc411eb6d3c4ab06

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЧЕБОКСАРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) МОСКОВСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра менеджмента и экономики**

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Директор филиала**  
А.В. Агафонов  
«29» мая 2020г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ»**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки	<b>38.03.01 «Экономика»</b> (код и наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки	<b>«Экономика предприятий и организаций»</b> (наименование профиля подготовки)
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная, заочная</b>

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 ноября 2015 г. № 1327 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)»
- учебным планом (очной, заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Автор Иванцев Николай Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмента и экономики

(указать ФИО, ученую степень, ученое звание или должность)

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и экономики (протокол № 10 от 16.05.2020).

## 1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (Цели освоения дисциплины)

Целями освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия» является ознакомление с сущностью и основными понятиями в области конкурентоспособности, критериями и факторами конкурентоспособности, методами их выявления, формирования и анализа, а также изучение методов оценки конкурентоспособности, инструментов создания системы управления конкурентоспособностью и способов ее совершенствования.

Задачи дисциплины:

- понимание и осознание объективной необходимости управления конкурентоспособностью предприятия;
- изучение теоретических и методологических основ управления конкурентоспособностью предприятия;
- овладение методиками оценки конкурентоспособности предприятия;
- овладение методиками разработки конкурентной стратегии предприятия;
- приобретение умения проводить стратегическое обоснование выбора конкурентной стратегии предприятия;
- изучение реальной практики управления конкурентоспособностью на примере конкретных компаний;
- освоение навыков разработки, реализации и оценки конкурентной стратегии для конкретного предприятия.

### 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-4	способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов	применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	способы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия» реализуется в рамках дисциплин и курсов по выбору студентов, устанавливаемые вузом для обучающихся очной и заочной форм обучения.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, умения и компетенции, сформированные при изучении следующих учебных дисциплин: «Математика», «Экономическая теория», «Институциональная экономика», «Введение в экономику», «Управление качеством», «Методы принятия управленческих решений», «Экономика предприятия», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности».

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия» является основой для дальнейшего изучения следующих дисциплин: «Антикризисное управление», «Контроллинг на предприятии», «Стратегический менеджмент».

## 3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц – 180 часов, из них:

Семестр	Форма обучения	Распределение часов				РГР, КР, КП	Форма контроля
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа		
6	очная	18	-	36	90	КР	Экзамен
6,7	заочная	10	-	10	147	КР	Зачет, экзамен

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) Очная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
2. Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
3. Анализ ресурсов и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
4. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
5. Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
6. Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ	4	-	8	6	ПК-4, ПК-11
7. Консолидация бизнеса как инструмент реализации конкурентной стратегии в условиях глобализации	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
8. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
<b>Экзамен</b>				36	

#### Заочная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	2	-	-	18	ПК-4, ПК-11
2. Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции	-	-	2	19	ПК-4, ПК-11
3. Анализ ресурсов и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
<b>Зачет</b>				4	
4. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
5. Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив	-	-	-	19	ПК-4, ПК-11
6. Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
7. Консолидация бизнеса как инструмент реализации конкурентной стратегии в условиях глобализации	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
8. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия	-	-	-	19	ПК-4, ПК-11
<b>Экзамен</b>				9	

## 5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Методика преподавания дисциплины и реализация компетентного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся: лекции-дискуссии, деловые игры.

По дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» доля занятий, проводимых в интерактивной форме составляет 22,2 % от общего числа аудиторных занятий:

Вид занятия	Тема занятия	Количество часов	Интерактивная форма	Формируемые компетенции (код)
Лекция	1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Лекция	2. Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Практическое занятие	3. Анализ ресурсов и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества	2	Деловая игра	ПК-4, ПК-11
Лекция	5. Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Практическое занятие	6. Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ	4	Деловая игра	ПК-4, ПК-11
Итого		12		
Доля интерактивных форм в аудиторных занятиях, %		22,2		

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом по дисциплине в объеме 90 часов (очная форма обучения) и 147 часов (заочная форма обучения).

### А) Тематика самостоятельной работы:

#### Индивидуальные задания:

#### *Темы для подготовки рефератов*

1. Системный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
2. Логический подход к управлению конкурентоспособностью организации.
3. Воспроизводственно-эволюционный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
4. Инновационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
5. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
6. Глобальный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
7. Интеграционный подход к управлению конкурентоспособностью

организации.

8. Виртуальный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

9. Стандартизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

10. Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью организации.

11. Эксклюзивный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

12. Функциональный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

13. Процессный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

14. Структурный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

15. Ситуационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

16. Нормативный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

17. Оптимизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

18. Административный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

19. Поведенческий подход к управлению конкурентоспособностью организации.

20. Деловой подход к управлению конкурентоспособностью организации.

#### *Темы для подготовки докладов*

1. Ценности искомые потребителями, объективные свойства товаров и услуг и конкурентоспособность организации.

2. Значение концепции маркетинга-микс для обеспечения реализации конкурентной стратегии.

3. Современные проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий.

4. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность коммерческих организаций.

5. Значение стратегии позиционирования в достижении внешних конкурентных преимуществ и ее место в конкурентной стратегии.

6. Иерархия стратегий в контексте управления конкурентоспособностью предприятия.

7. Развитие понятия «конкуренция» в мировой и отечественной экономике.

8. Современное понятие и классификация конкуренции.

9. Оценка конкурентных преимуществ предприятий на современном этапе развития экономики.

10. Конкурентоспособность, как показатель оценки деятельности государства и предприятия.

11. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия.

12. Ценовая конкуренция на современном рынке.

Б) Задания для выполнения курсовой работы

1. Стратегия позиционирования как основа конкурентной стратегии.
2. Конкурентная стратегия организации.
3. Методические подходы к определению сущности конкурентной стратегии.
4. Стратегии конкурентной борьбы.
5. SWOT-анализ и его значение для разработки конкурентной стратегии организации.
6. Влияние PEST факторов на конкурентную стратегию организации.
7. Конкурентоспособность организации.
8. Конкуренция, как движущая сила развития общества.
9. Конкурентоспособность торговой марки.
10. Конкурентоспособность товаров (услуг).
11. Конкурентные преимущества организации.
12. Современные концепции управления конкурентоспособностью организации.
13. Особенности конкуренции на современном этапе развития экономики (на примере конкретного сектора бизнеса).
14. Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью организации.
15. Логистические факторы конкурентоспособности.
16. Конкурентоспособность персонала.
17. Конкурентоспособность региона.
18. Конкурентоспособность отрасли.
19. Методы государственного регулирования конкурентной среды.
20. Прогнозирование, планирование и стимулирование повышения уровня конкурентоспособности продукции и организации.
21. Инновационная деятельность организации в системе повышения его конкурентоспособности.
22. Цена как фактор конкурентоспособности товаров и организации.
23. Стандартизация и сертификация, как инструменты управления конкурентоспособностью продукции.
24. Системное управление качеством – новая стратегия обеспечения конкурентоспособности организации и ее продукции.
25. Правовое, информационное и ресурсное обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности.
26. Стратегия локальной рыночной ниши в конкурентоспособности фирмы.
27. Стратегия радикальных инноваций в конкурентоспособности компании.
28. Конкурентоспособность вузов и специалистов – важнейшее условие повышения конкурентоспособности организации.
29. Неценовая конкуренция и конкурентоспособность организации.
30. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
31. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность

предприятия (организации).

32. Анализ конкурентов, ориентированный на стратегические задачи.

33. Анализ конкурентов, ориентированный на тактические задачи.

34. Анализ модели управления конкурентоспособностью предприятия (организации).

35. Сущность концепции потребительской актуальности: оценка категорий коммерческих операций, содержание и контекст категории.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных уровнях сформированности:

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-4-способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Пороговый уровень	<p><b>знать: неполные представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: несистематическое использование с погрешностями методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: в целом успешное, но не систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Продвинутый уровень	<p><b>знать: в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: в целом успешно, но с определенными пробелами выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: в целом успешно, но с определенными пробелами навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено/ хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Высокий уровень	<p><b>знать: сформированные систематические представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: сформированное умение выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: успешное и систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено/ отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-11- способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Пороговый уровень	<p><b>знать: неполные представления о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: несистематическое использование с погрешностями</b> критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: в целом успешное, но не систематическое использование навыков</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Продвинутый уровень	<p><b>знать: в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: в целом успешно, но с определенными пробелами</b> критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: в целом успешно, но с определенными пробелами навыками</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методики разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/ хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Высокий уровень	<p><b>знать: сформированные систематические представления о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: сформированное умение</b> критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: успешное и систематическое использование навыков</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено /отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

### А) Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия

1. Цель и задачи дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия».

2. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».

3. Общая характеристика критериев конкурентоспособности.

4. Классические теории конкуренции и конкурентных отношений: А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршал, Й. Шумпетер, Ф. Хайек.

5. Современные теории конкуренции: М. Портер, М. Трейси, Ф. Вирсема, Дж. Ф. Мур, и др.

6. Иерархия конкурентоспособности.

7. Модели управления конкурентоспособностью.

Тема 2. Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции

1. Основные характеристики отрасли.

2. Идентификация отраслевых ключевых факторов успеха (ОКФУ).

3. Этапы жизненного цикла отрасли (бизнеса).
4. Структурная схема отрасли.
5. Четыре уровня неопределенности развития отрасли и стратегические решения.

6. Современный подход к модели пяти конкурентных сил М. Портера.

7. Источники силы и степень влияния на фирму клиентов и поставщиков. Факторы противодействия.

8. Оценка степени конкуренции в отрасли. Факторы, влияющие на уровень конкуренции в отрасли.

9. Критерии оценки фирмы и конкурентов.

10. Оценка входных и выходных барьеров в отрасли, опасность появления новых конкурентов.

11. Вероятность появления товаров-субститутов, степень их влияния на развитие предприятия.

12. Анализ интересов внешних и внутренних групп влияния. Формирование отношений с группами влияния.

Тема 3. Анализ ресурсов и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества

1. Исследование различных подходов к анализу ресурсного потенциала.

2. Профиль компании, этапы жизненного цикла бизнеса.

3. Продукты компании, возможности совершенствования и развития.

4. Оценка ресурсов компании: финансовых, трудовых материальных, интеллектуальных, технических.

5. Понятие корневых компетенций компании.

6. Структура корневых компетенций.

7. Критерии устойчивого конкурентного преимущества.

8. Источники конкурентного преимущества.

9. Современные теории достижения конкурентных преимуществ.

Тема 4. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя

1. Стратегическое позиционирование компании по методике профессора И. Гуркова.

2. Матрицы потребителя и производителя. Методика построения каждой матрицы, их стратегическое совмещение.

3. Стратегические типы компаний.

4. Рекомендуемые действия по стратегическому развитию компаний различного стратегического типа.

Тема 5. Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив

1. Основные определения стратегии – эволюция взглядов.

2. Стратегия и ее предназначение в конкурентной борьбе.

3. Пирамида стратегий.

4. «Эталонные» корпоративные стратегии.

5. Стратегии концентрированного, интегрированного и

диверсифицированного роста, стратегии сокращения.

6. Модели Д. Аакера, Томпсона-Стрикленда.
7. SPACE-методика, оценка стратегических альтернатив.
8. Определение критических факторов развития.

Тема 6. Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ

1. Место конкурентной стратегии в иерархии стратегий компании.
2. Труды М. Портера в области укрепления конкурентоспособности компании.
3. Отличительные характеристики бизнес-единицы компании.
4. Классификация и характеристика конкурентных стратегий М. Портера.
5. Стратегия «застрявшего на полпути».
6. Конкурентное преимущество в трактовке М. Портера.
7. Цепочка создания стоимости и ее роль в обосновании конкурентных стратегий.
8. Факторы, влияющие на конкурентоспособность.
9. Мероприятия по совершенствованию цепочки создания стоимости для выбранных конкурентных стратегий.
10. Вклад А. Томпсона и А. Стрикленда в теорию конкурентных стратегий.
11. Стратегии конкурентных преимуществ Г. Хамела и К. Прахалада.
12. Ценностные стратегии конкурентных преимуществ М. Трейси и Ф. Вирсема.

Тема 7. Консолидация бизнеса как инструмент реализации конкурентной стратегии в условиях глобализации

1. Предназначение консолидации бизнеса в процессе управления конкурентоспособностью.
2. Консолидация бизнеса и консолидация рынка.
3. S-образная кривая консолидации консалтинговой компании A.T. Kerney как модель жизненного цикла компаний.
4. Основные этапы консолидации и их характеристики.
5. Методы консолидации бизнеса. Их преимущества и недостатки.
6. Практические примеры консолидации бизнеса в различных отраслях.

Тема 8. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия

1. Комплексная модель управления конкурентоспособностью предприятия.
2. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью.
3. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности.
4. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции предприятия.
5. Организационное построение и управление изменениями.
6. Система ключевых показателей деятельности предприятия для оценки его конкурентоспособности.

**Б) Задания для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (тест)**

*Критерии оценки:*

- пороговый уровень – 50 % верных ответов;
- продвинутый уровень – 51-70 % верных ответов;
- высокий уровень – свыше 70 % верных ответов.

1. Конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко совпадают и по качеству называется:

- А. функциональной;
- Б. видовой;
- В. предметной;
- Г. ценовой.

2. Автором теории, утверждающей, что каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками является:

- А. Смит;
- Б. Д. Риккардо;
- В. Р. Лукас;
- Г. М. Портер.

3. Конкурентная стратегия, рассчитанная на завоевание и удержание относительно узких рыночных ниш, в пределах которых реализуются эксклюзивные товары специального назначения и весьма высокого качества:

- А. виолентная;
- Б. пациентная;
- В. коммутантная;
- Г. эксплерентная.

4. Факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции:

- А. технико-экономические;
- Б. коммерческие;
- В. нормативно-правовые;
- Г. инновационные.

5. Продажа товаров разным покупателям по разным ценам называется:

- А. демпингом;
- Б. распродажей;
- В. продвижением товаров;
- Г. ценовой дискриминацией...

6. Сущность маркетинга заключается в:

- А. получении прибыли;
- Б. в увеличении объемов продаж;
- В. в разработке финансового плана организации;
- Г. в обеспечении баланса интересов производителя и потребителя.

7. Максимальная цена товара определяется:

- А. издержками;
- Б. величиной спроса на товар;
- В. качеством товара;
- Г. ценами конкурентов на аналогичный товар.

8. Слоганом называется:

- А. логотип фирмы;
- Б. рекламный девиз фирмы;
- В. транспарант-растяжка;
- Г. рекламный щит.

9. К мероприятиям по стимулированию сбыта относятся:

- А. реклама на телевидении;
- Б. кредит в различных формах;
- В. бесплатное распространение товара;
- Г. экскурсии на предприятие;

10. Товарный знак – это:

- А. фирменный знак;
- Б. марочное название;
- В. зарегистрированная товарная марка;
- Г. торговое название фирмы.

11. По целевому назначению различают следующие виды рекламы:

- А. информативная;
- Б. коммерческая;
- В. телевизионная;
- Г. социальная.

12. К комплексу элементов маркетинга не относятся:

- А. товар, сбыт;
- Б. реклама, сервис;
- В. цена;
- Г. конкуренты.

13. Жизненный цикл товара – это:

- А. период внедрения товара на рынок;
- Б. производство и продажа товара;

- В. период пребывания товара на рынке;
- Г. предварительная разработка концепции товара.

14. В понятие “продвижение товара” входят:

- А. сбыт товара;
- Б. реклама товара;
- В. транспортирование товара;
- Г. упаковка товара.

15. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:

- 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.

16. Если спрос на товар сокращается, то общая выручка продавца:

- А. растет;
- Б. сокращается;
- В. сокращается в том случае, если спрос эластичен по цене;
- Г. остается неизменной.

17. Маркетинговое исследование – это:

- А. то же самое, что и «исследование рынка»;
- Б. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
- В. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем;
- Г. исследование маркетинга.

18. Вторичные данные в маркетинге – это:

- А. перепроверенная информация;
- Б. второстепенная информация;
- В. информация, полученная из посторонних источников;
- Г. информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.

19. Сегментация рынка – это:

- А. разделение рынка на отдельные части (сегменты);
- Б. деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса;
- В. структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
- Г. стратегия выборочного проникновения на рынок.

20. Примером естественной монополии является:

А. международный нефтяной картель ОПЕК;

Б. компания «IBM»;

В. издательство «Известия»;

Г. городской метрополитен.

21. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

А. выпускаются дифференцированные товары;

Б. на рынке оперирует множество продавцов и покупателей;

В. выпускаются однородные товары;

Г. рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

22. 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).

23. 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».

24. Каким образом определяется главный конкурент?

А. по уровню потребительских свойств товара;

Б. по объему предложения;

В. по величине доли рынка;

Г. по наилучшему соотношению между объемами продаж и предложения.

25. Товар в маркетинге – это:

А. любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;

Б. продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;

В. результат исследований, разработок и производства;

Г. продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.

26. Качество товара в маркетинге – это:

А. совокупность физических, химических, эргономических и других измеряемых (оцениваемых) характеристик изделия;

Б. характеристика конкурентоспособности товара, степень его отличия от

товаров- конкурентов;

- В. степень успешности решения проблем потребителей;
- Г. то общее, что ценят в продукте различные покупатели.

27. Ценовая эластичность спроса представляет собой:

- А. зависимость цены товара от величины объема спроса;
- Б. отношение процентного изменения количества спрашиваемого товара к процентному изменению цены;
- В. отношение количества спрашиваемого товара к изменению цены с учетом первоначального количества спрашиваемого товара и первоначальной цены;
- Г. размеры диапазона колебаний спроса в зависимости от диапазона колебаний цены.

28. Чем отличается ценовая конкуренция от не ценовой?

- 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

29. Какая стратегия конкуренции наиболее доходна?

- А. «завышенная цена»;
- Б. все зависит от рыночной ситуации;
- В. «цена лидера»;
- Г. «снятие сливок».

30. Для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное, важно убедиться в следующем:

- А. неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
- Б. оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже вполне определенным лицом;
- В. верно и то, и другое;
- Г. верно, если первое сочетается со вторым.

### **В) Вопросы для подготовки к зачету**

1. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность предприятий.
2. Современные подходы к определению прямых конкурентов предприятия.
3. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации.
4. Основы формирования аналитической системы предприятия.
5. Конкурентные стратегии: понятие, подходы к определению.
6. Виды конкурентных стратегий по М. Портеру, примеры.
7. Виды конкурентных стратегий по Юданову, примеры.
8. Понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты

развития конкурентной среды.

9. Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности).

10. Структура анализа деятельности конкурентов.

11. Конкурентный анализ: этапы.

12. 5 сил М.Портера, пример.

13. Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример.

14. Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия.

15. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации.

16. Методы оценки конкурентоспособности организации.

17. Подходы к управлению конкурентоспособностью организации.

18. Методы оценки конкурентоспособности товара.

19. Алгоритм оценки конкурентоспособности организации.

20. Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации  
25 Система сбалансированных показателей.

21. Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия.

22. Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации.

23. Понятие конкурентного преимущества.

24. Модели М. Портера.

25. Преимущества низкого и высокого порядка.

26. Детерминанты конкурентного преимущества.

27. Сущность и классификация ценностей.

28. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов.

29. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества организации. Конкурентный статус организации: понятие, оценка уровня.

30. Управление конкурентоспособностью организации.

### **Г) Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Целевая классификация понятия конкуренции. Подходы к определению рыночной конкуренции.

2. Основные факторы (движущие силы), меняющие условия и характер рыночной конкуренции.

3. Генезис теории конкурентных преимуществ.

4. Ромб детерминантов конкурентных преимуществ М. Портера. ОЛИ-парадигма Дж. Даннинга.

5. Развитие конкуренции в промышленных кластерах.

6. Кластерная политика и кластерные инициативы.

7. Рыночное позиционирование предприятий и производственных систем.

8. Конкурентные стратегии хозяйствующих субъектов.

9. Понятие, задачи и механизм стратегического управления потенциалом конкурентоспособности предприятия.

10. Основные подходы к определению понятия «конкурентоспособность».

11. Методические подходы к оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта: преимущества и недостатки.
12. Источники формирования конкурентоспособности предприятий и производственных систем.
13. Процесс управления конкурентоспособностью предприятия.
14. Критерий оценки конкурентоспособности предприятия: модель расчета.
15. Система экономических законов в управлении конкурентоспособностью предприятия.
16. Принятие решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия.
17. Структура и характеристика конкурентной среды предприятия.
18. Стратегия позиционирования и конкурентная стратегия предприятия.
19. SWOT-анализ и его значение для разработки стратегии позиционирования.
20. Региональный кластер как географическая агломерация фирм.
21. Современное российское предприятие как вариант территориально-производственной системы.
22. Организационно-производственная структура современного российского предприятия.
23. Основные категории предприятий в терминах концепции потребительской актуальности.
24. Сущность концепции потребительской актуальности: оценка категорий коммерческих операций, содержание и контекст категории.
25. Иерархия взаимодействия с потребителем в концепции потребительской актуальности.
26. Аналитический обзор методик оценки региональной конкурентоспособности: преимущества и недостатки.
27. Методика оценки конкурентоспособности предприятия.
28. Анализ потенциала конкурирующих предприятий.
29. «Эталонная модель», относительно которой производится оценка конкурентоспособности для заданного объекта исследования.
30. Система факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.
31. Моделирование зависимости уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта от технико-экономических показателей его деятельности.
32. Система планирования конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.
33. Этапы управленческого цикла хозяйствующего субъекта.
34. Структура управления процессом повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на основе целевых нормативов.
35. Этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.
36. Схема реализации механизма управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.
37. Сущность инноваций и их классификация.
38. Факторы инновационной активности хозяйствующих субъектов.

39. Концепция экономики обучения и национальной системы инноваций Лундвала-Йонсона.

40. Условия активизации инновационных преобразований деятельности хозяйствующих субъектов.

41. Инновационные стратегии развития хозяйствующих субъектов.

42. Критериальный отбор инновационных проектов развития хозяйствующих субъектов.

43. Система показателей эффективности инновационной деятельности хозяйствующего субъекта.

44. Роль персонала в повышении конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

45. Мотивационные теории «X», «Y» и «Z».

46. Содержательные теории мотивации персонала.

47. Процессуальные теории мотивации персонала.

48. Методы мотивации эффективного трудового поведения персонала.

49. Блочная классификация показателей, обусловленная всей совокупностью факторов, влияющих на уровень мотивации персонала.

50. Моделирование влияния показателей мотивации персонала на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

51. Регулирование уровня конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на основе системы показателей мотивации персонала.

52. Прогнозирование уровня конкурентоспособности предприятий.

53. Сценарный методический подход к прогнозированию показателей конкурентоспособности предприятия.

54. Формирование сценарных условий развития в прогнозный период.

55. Формирование целевых ориентиров по основным показателям конкурентоспособности предприятия по этапам прогнозного периода.

56. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность организации.

57. Методы определения значений, показателей качества товара.

58. Понятие категории качества. Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

59. Экономическая безопасность в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

60. Коммерческая тайна организации и ее защита для обеспечения конкурентоспособности компании.

(Фонд оценочных средств представлен в приложении к рабочей программе)

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### Основная литература

Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

13922-8. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510772> — Текст : электронный

Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513996>

#### Дополнительная литература

Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12241-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518680>

Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15784-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509696>

#### **Периодика**

1. «Экономика, предпринимательство и право»: Международный научно-практический журнал. URL: <https://1economic.ru/journals/epr> - Текст : электронный.

2. «Вопросы инновационной экономики» Международный научно-практический журнал URL: <https://1economic.ru/journals/vines> - Текст: электронный

3. «Экономические отношения» международный научно-практический журнал URL:<https://1economic.ru/journals/eo>

#### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

2. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступ: <http://www.consultant.ru>

3. ГАРАНТ [Электронный ресурс]: информационно-правовой портал. –Режим доступа: <http://www.garant.ru>

4. КОДЕКС / ТЕХЭКСПЕРТ [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.kodeks.ru>

5. Электронный каталог Национальной библиотеки ЧР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbchr.ru>

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного усвоения дисциплины необходимо материалы, изложенные преподавателем на лекциях, закреплять в процессе выполнения практических занятий и в процессе самостоятельной работы, которой уделяется большое

внимание. В процессе изучения дисциплины комплексно используются традиционные и инновационные технологии, активные и интерактивные формы занятий: лекции-беседы, лекции с элементами проблемного изложения, лекции-дискуссии, семинары, решение практических ситуаций, тестовые задания, самостоятельная работа с элементами научно-исследовательской и творческой деятельности и др. Задачами интерактивных форм обучения являются:

- эффективное усвоение учебного материала;
- самостоятельный поиск студентами путей и вариантов решения поставленной учебной задачи;
- установление взаимодействия между студентами, обучение работать в команде;
- формирование у студентов объективного мнения по изучаемой тематике;
- формирование жизненных и профессиональных навыков.

Студентам предоставляются лекционные материалы преподавателя с вопросами для закрепления материала по каждой изучаемой теме. Для выполнения практических заданий студенты получают электронный вариант сборника кейсов, решение которых будет способствовать получению практических навыков в области управления конкурентоспособностью предприятия.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине – это углубление и расширение знаний в области управления конкурентоспособностью предприятия. Самостоятельная работа студентов (СРС) является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к экзамену. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа студентов предполагает работу студентов, выполняемую по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Выделяется два вида самостоятельных работ:

- контролируемая самостоятельная работа (КСР), направленная на углубление и закрепление знаний студентов по проблематике учебной дисциплины;
- обязательная самостоятельная работа (СРС), обеспечивающая подготовку студентов к текущим аудиторным занятиям.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в электронной образовательной среде;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении студентом учебных задач.

Выделенные часы для СРС используются для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к решению рассматриваемых проблем. Задание к каждому занятию в рамках обязательной самостоятельной работы предполагает более углубленное изучение отдельных вопросов темы, подготовку к решению практических ситуаций на аудиторных занятиях. К самостоятельной работе студентов относится также работа в библиотеке, электронных поисковых системах и

т.п. по сбору материалов, необходимых для выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам.

Эффективной формой проведения практических занятий является работа с кейсами. Тексты кейсов выдаются студентам до занятия в электронном виде. Материалы кейса изучаются заранее, студенты также знакомятся с рекомендованной преподавателем литературой, часть заданий по работе с кейсом может выполняться дома индивидуально каждым. Как правило, кейсы нацеливают студентов на решение конкретных практических ситуаций по изучаемым темам дисциплины, в результате чего формируются навыки стратегического анализа и планирования. В начале занятия выявляется знание слушателями материалов кейса и заинтересованность в обсуждении. Кейс может применяться как для групповой, так и для индивидуальной работы.

Студенты обязаны выполнять и другие задания по освоению дисциплины: решение практических задач по оценке эффективности деятельности промышленного кластера, а также выполнение курсовой работы.

## **11. Электронная информационно-образовательная среда**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Чебоксарского института (филиала) Московского политехнического университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории филиала, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда – совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

б) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

в) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

г) проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Основными составляющими ЭИОС филиала являются:

а) сайт института в сети Интернет, расположенный по адресу [www.polytech21.ru](http://www.polytech21.ru), <https://chebpolytech.ru/> который обеспечивает:

- доступ обучающихся к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к изданиям электронных библиотечных систем, электронным информационным и образовательным ресурсам, указанных в рабочих программах (разделы сайта «Сведения об образовательной организации»);

- информирование обучающихся обо всех изменениях учебного процесса (новостная лента сайта, лента анонсов);

- взаимодействие между участниками образовательного процесса (подразделы сайта «Задать вопрос директору»);

б) официальные электронные адреса подразделений и сотрудников института с Яндекс-доменом [@polytech21.ru](mailto:@polytech21.ru) (список контактных данных подразделений Филиала размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Контакты», списки контактных официальных электронных данных преподавателей размещены в подразделах «Кафедры») обеспечивают взаимодействие между участниками образовательного процесса;

в) личный кабинет обучающегося (портфолио) (вход в личный кабинет размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Студенту» подразделе «Электронная информационно-образовательная среда») включает в себя портфолио студента, электронные ведомости, рейтинг студентов и обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися,

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе с сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы,

г) электронные библиотеки, включающие электронные каталоги, полнотекстовые документы и обеспечивающие доступ к учебно-методическим материалам, выпускным квалификационным работам и т.д.:

Чебоксарского института (филиала) - «ИРБИС»

д) электронно-библиотечные системы (ЭБС), включающие электронный каталог и полнотекстовые документы:

- «ЛАНЬ» - [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

- Образовательная платформа Юрайт - <https://urait.ru>

е) платформа цифрового образования Политеха - <https://lms.mospolytech.ru/>

ж) система «Антиплагиат» - <https://www.antiplagiat.ru/>

з) система электронного документооборота DIRECTUM Standard — обеспечивает документооборот между Филиалом и Университетом;

и) система «1С Управление ВУЗом Электронный деканат» (Московский политехнический университет) обеспечивает фиксацию хода образовательного

процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися;

к) система «POLYTECH systems» обеспечивает информационное, документальное автоматизированное сопровождение образовательного процесса;

л) система «Абитуриент» обеспечивает документальное автоматизированное сопровождение работы приемной комиссии.

## 12. Программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое), используемое при осуществлении образовательного процесса

Аудитория	Программное обеспечение	Информация о праве собственности (реквизиты договора, номер лицензии и т.д.)
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203</p>	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmс	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Zoom	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, оснащенная оборудованием и</p>	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmс	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое

техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103		программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
№ 103а Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	MS Windows 10 Pro	договор № 392_469.223.3К/19 от 17.12.19 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.223.3К/20
	Yandex браузер	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)

### 13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип и номер помещения	Перечень основного оборудования и технических средств обучения
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) № 203 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; информационные стенды; шкаф; <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/ специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) № 103 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; стенды <u>Технические средства обучения:</u> компьютерная техника; мультимедийное оборудование (проектор, экран)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> Комплект мебели для учебного процесса; <u>Технические средства обучения:</u> персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (согласно РПД)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
2.	Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
3.	Анализ ресурсов и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
4.	Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
5.	Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
6.	Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
7.	Консолидация бизнеса как инструмент реализации конкурентной стратегии в условиях глобализации	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
8.	Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИИ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ (УРОВНЕЙ) ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ С ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ

Код, наименование компетенции	Уровень	Технология формирования компетенции	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-4	Пороговый уровень	Лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> неполные представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> несистематическое использование с погрешностями методики построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешное, но не систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Продвинутый уровень	Лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

	Высокий уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> сформированные систематические представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> сформированное умение выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> успешное и систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
ПК-11	Пороговый уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> неполные представления о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> несистематическое использование с погрешностями критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешное, но не систематическое использование навыков оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методики разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

	Продвинутый уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено / хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Высокий уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> сформированные систематические представления о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> сформированное умение критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> успешное и систематическое использование навыков оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено / отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

### 3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### 3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) ДЛЯ ОПРОСА НА ЗАНЯТИЯХ

Тема (раздел)	Вопросы
Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цель и задачи дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия».</li> <li>2. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».</li> <li>3. Общая характеристика критериев конкурентоспособности.</li> <li>4. Классические теории конкуренции и конкурентных отношений: А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршал, Й. Шумпетер, Ф. Хайек.</li> <li>5. Современные теории конкуренции: М. Портер, М. Трейси, Ф. Вирсема, Дж. Ф. Мур, и др.</li> <li>6. Иерархия конкурентоспособности.</li> <li>7. Модели управления конкурентоспособностью.</li> </ol>
Тема 2. Современный подход к анализу отраслевой структуры и конкуренции	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные характеристики отрасли.</li> <li>2. Идентификация отраслевых ключевых факторов успеха (ОКФУ).</li> <li>3. Этапы жизненного цикла отрасли (бизнеса).</li> <li>4. Структурная схема отрасли.</li> <li>5. Четыре уровня неопределенности развития отрасли и стратегические решения.</li> <li>6. Современный подход к модели пяти конкурентных сил М. Портера.</li> <li>7. Источники силы и степень влияния на фирму клиентов и поставщиков. Факторы противодействия.</li> <li>8. Оценка степени конкуренции в отрасли. Факторы, влияющие на уровень конкуренции в отрасли.</li> <li>9. Критерии оценки фирмы и конкурентов.</li> <li>10. Оценка входных и выходных барьеров в отрасли, опасность появления новых конкурентов.</li> <li>11. Вероятность появления товаров-субститутов, степень их влияния на развитие предприятия.</li> <li>12. Анализ интересов внешних и внутренних групп влияния. Формирование отношений с группами влияния.</li> </ol>
Тема 3. Анализ ресурсов	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исследование различных подходов к анализу</li> </ol>

и компетенций предприятия. Концепция устойчивого конкурентного преимущества	<p>ресурсного потенциала.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Профиль компании, этапы жизненного цикла бизнеса.</li> <li>3. Продукты компании, возможности совершенствования и развития.</li> <li>4. Оценка ресурсов компании: финансовых, трудовых материальных, интеллектуальных, технических.</li> <li>5. Понятие корневых компетенций компании.</li> <li>6. Структура корневых компетенций.</li> <li>7. Критерии устойчивого конкурентного преимущества.</li> <li>8. Источники конкурентного преимущества.</li> <li>9. Современные теории достижения конкурентных преимуществ.</li> </ol>
Тема 4. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегическое позиционирование компании по методике профессора И. Гуркова.</li> <li>2. Матрицы потребителя и производителя. Методика построения каждой матрицы, их стратегическое совмещение.</li> <li>3. Стратегические типы компаний.</li> <li>4. Рекомендуемые действия по стратегическому развитию компаний различного стратегического типа.</li> </ol>
Тема 5. Стратегия как инструмент обеспечения победы в конкурентной борьбе. Обоснование выбора стратегических альтернатив	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные определения стратегии – эволюция взглядов.</li> <li>2. Стратегия и ее предназначение в конкурентной борьбе.</li> <li>3. Пирамида стратегий.</li> <li>4. «Эталонные» корпоративные стратегии.</li> <li>5. Стратегии концентрированного, интегрированного и диверсифицированного роста, стратегии сокращения.</li> <li>6. Модели Д. Аакера, Томпсона-Стрикленда.</li> <li>7. SPACE-методика, оценка стратегических альтернатив.</li> <li>8. Определение критических факторов развития.</li> </ol>
Тема 6. Конкурентные стратегии. Роль цепочки создания стоимости в укреплении конкурентных преимуществ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Место конкурентной стратегии в иерархии стратегий компании.</li> <li>2. Труды М. Портера в области укрепления конкурентоспособности компании.</li> <li>3. Отличительные характеристики бизнес-единицы компании.</li> <li>4. Классификация и характеристика конкурентных стратегий М. Портера.</li> <li>5. Стратегия «застрявшего на полпути».</li> <li>6. Конкурентное преимущество в трактовке М. Портера.</li> <li>7. Цепочка создания стоимости и ее роль в обосновании конкурентных стратегий.</li> <li>8. Факторы, влияющие на конкурентоспособность.</li> <li>9. Мероприятия по совершенствованию цепочки создания стоимости для выбранных конкурентных стратегий.</li> </ol>

	<p>10. Вклад А. Томпсона и А. Стрикленда в теорию конкурентных стратегий.</p> <p>11. Стратегии конкурентных преимуществ Г. Хамела и К. Прахалада.</p> <p>12. Ценностные стратегии конкурентных преимуществ М. Трейси и Ф. Вирсема.</p>
Тема 7. Консолидация бизнеса как инструмент реализации конкурентной стратегии в условиях глобализации	<p>1. Предназначение консолидации бизнеса в процессе управления конкурентоспособностью.</p> <p>2. Консолидация бизнеса и консолидация рынка.</p> <p>3. S-образная кривая консолидации консалтинговой компании А.Т. Кернеу как модель жизненного цикла компаний.</p> <p>4. Основные этапы консолидации и их характеристики.</p> <p>5. Методы консолидации бизнеса. Их преимущества и недостатки.</p> <p>6. Практические примеры консолидации бизнеса в различных отраслях.</p>
Тема 8. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия	<p>1. Комплексная модель управления конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>2. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью.</p> <p>3. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности.</p> <p>4. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции предприятия.</p> <p>5. Организационное построение и управление изменениями.</p> <p>6. Система ключевых показателей деятельности предприятия для оценки его конкурентоспособности.</p>

### 3.2. ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ), САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

#### Индивидуальные задания:

##### *А) Темы для подготовки рефератов*

1. Системный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
2. Логический подход к управлению конкурентоспособностью организации.
3. Воспроизводственно-эволюционный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
4. Инновационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
5. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
6. Глобальный подход к управлению конкурентоспособностью организации.

7. Интеграционный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
8. Виртуальный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
9. Стандартизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
10. Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью организации.
11. Эксклюзивный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
12. Функциональный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
13. Процессный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
14. Структурный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
15. Ситуационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
16. Нормативный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
17. Оптимизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
18. Административный подход к управлению конкурентоспособностью организации.
19. Поведенческий подход к управлению конкурентоспособностью организации.
20. Деловой подход к управлению конкурентоспособностью организации.

*Б) Темы для подготовки докладов*

1. Ценности искомые потребителями, объективные свойства товаров и услуг и конкурентоспособность организации.
2. Значение концепции маркетинга-микс для обеспечения реализации конкурентной стратегии.
3. Современные проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий.
4. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность коммерческих организаций.
5. Значение стратегии позиционирования в достижении внешних конкурентных преимуществ и ее место в конкурентной стратегии.
6. Иерархия стратегий в контексте управления конкурентоспособностью предприятия.
7. Развитие понятия «конкуренция» в мировой и отечественной экономике.
8. Современное понятие и классификация конкуренции.
9. Оценка конкурентных преимуществ предприятий на современном этапе развития экономики.
10. Конкурентоспособность, как показатель оценки деятельности государства и предприятия.

11. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия.
12. Ценовая конкуренция на современном рынке.

### **3.3. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ, КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

#### Задания для выполнения курсовой работы

1. Стратегия позиционирования как основа конкурентной стратегии.
2. Конкурентная стратегия организации.
3. Методические подходы к определению сущности конкурентной стратегии.
4. Стратегии конкурентной борьбы.
5. SWOT-анализ и его значение для разработки конкурентной стратегии организации.
6. Влияние PEST факторов на конкурентную стратегию организации.
7. Конкурентоспособность организации.
8. Конкуренция, как движущая сила развития общества.
9. Конкурентоспособность торговой марки.
10. Конкурентоспособность товаров (услуг).
11. Конкурентные преимущества организации.
12. Современные концепции управления конкурентоспособностью организации.
13. Особенности конкуренции на современном этапе развития экономики (на примере конкретного сектора бизнеса).
14. Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью организации.
15. Логистические факторы конкурентоспособности.
16. Конкурентоспособность персонала.
17. Конкурентоспособность региона.
18. Конкурентоспособность отрасли.
19. Методы государственного регулирования конкурентной среды.
20. Прогнозирование, планирование и стимулирование повышения уровня конкурентоспособности продукции и организации.
21. Инновационная деятельность организации в системе повышения его конкурентоспособности.
22. Цена как фактор конкурентоспособности товаров и организации.
23. Стандартизация и сертификация, как инструменты управления конкурентоспособностью продукции.
24. Системное управление качеством – новая стратегия обеспечения конкурентоспособности организации и ее продукции.
25. Правовое, информационное и ресурсное обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности.
26. Стратегия локальной рыночной ниши в конкурентоспособности фирмы.
27. Стратегия радикальных инноваций в конкурентоспособности компании.
28. Конкурентоспособность вузов и специалистов – важнейшее условие

повышения конкурентоспособности организации.

29. Неценовая конкуренция и конкурентоспособность организации.

30. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью.

31. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность предприятия (организации).

32. Анализ конкурентов, ориентированный на стратегические задачи.

33. Анализ конкурентов, ориентированный на тактические задачи.

34. Анализ модели управления конкурентоспособностью предприятия (организации).

35. Сущность концепции потребительской актуальности: оценка категорий коммерческих операций, содержание и контекст категории.

#### **3.4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ (ТЕСТ)**

*Критерии оценки:*

- пороговый уровень – 50 % верных ответов;

- продвинутый уровень – 51-70 % верных ответов;

- высокий уровень – свыше 70 % верных ответов.

1. Конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко совпадают и по качеству называется:

А. функциональной;

Б. видовой;

В. предметной;

Г. ценовой.

2. Автором теории, утверждающей, что каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками является:

А. Смит;

Б. Д. Риккардо;

В. Р. Лукас;

Г. М. Портер.

3. Конкурентная стратегия, рассчитанная на завоевание и удержание относительно узких рыночных ниш, в пределах которых реализуются эксклюзивные товары специального назначения и весьма высокого качества:

А. виолентная;

Б. пациентная;

В. коммутантная;

Г. эксплерентная.

4. Факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности

труда, издержек производства и наукоемкости продукции:

- А. технико-экономические;
- Б. коммерческие;
- В. нормативно-правовые;
- Г. инновационные.

5. Продажа товаров разным покупателям по разным ценам называется:

- А. демпингом;
- Б. распродажей;
- В. продвижением товаров;
- Г. ценовой дискриминацией...

6. Сущность маркетинга заключается в:

- А. получении прибыли;
- Б. в увеличении объемов продаж;
- В. в разработке финансового плана организации;
- Г. в обеспечении баланса интересов производителя и потребителя.

7. Максимальная цена товара определяется:

- А. издержками;
- Б. величиной спроса на товар;
- В. качеством товара;
- Г. ценами конкурентов на аналогичный товар.

8. Слоганом называется:

- А. логотип фирмы;
- Б. рекламный девиз фирмы;
- В. транспарант-растяжка;
- Г. рекламный щит.

9. К мероприятиям по стимулированию сбыта относятся:

- А. реклама на телевидении;
- Б. кредит в различных формах;
- В. бесплатное распространение товара;
- Г. экскурсии на предприятие;

10. Товарный знак – это:

- А. фирменный знак;
- Б. марочное название;
- В. зарегистрированная товарная марка;
- Г. торговое название фирмы.

11. По целевому назначению различают следующие виды рекламы:

- А. информативная;

- Б. коммерческая;
- В. телевизионная;
- Г. социальная.

12. К комплексу элементов маркетинга не относятся:

- А. товар, сбыт;
- Б. реклама, сервис;
- В. цена;
- Г. конкуренты.

13. Жизненный цикл товара – это:

- А. период внедрения товара на рынок;
- Б. производство и продажа товара;
- В. период пребывания товара на рынке;
- Г. предварительная разработка концепции товара.

14. В понятие “продвижение товара” входят:

- А. сбыт товара;
- Б. реклама товара;
- В. транспортирование товара;
- Г. упаковка товара.

15. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:

- 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.

16. Если спрос на товар сокращается, то общая выручка продавца:

- А. растет;
- Б. сокращается;
- В. сокращается в том случае, если спрос эластичен по цене;
- Г. остается неизменной.

17. Маркетинговое исследование – это:

- А. то же самое, что и «исследование рынка»;
- Б. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
- В. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем;
- Г. исследование маркетинга.

18. Вторичные данные в маркетинге – это:

- А. перепроверенная информация;

Б. второстепенная информация;  
В. информация, полученная из посторонних источников;  
Г. информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.

19. Сегментация рынка – это:

А. разделение рынка на отдельные части (сегменты);  
Б. деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса;  
В. структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;  
Г. стратегия выборочного проникновения на рынок.

20. Примером естественной монополии является:

А. международный нефтяной картель ОПЕК;  
Б. компания «IBM»;  
В. издательство «Известия»;  
Г. городской метрополитен.

21. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

А. выпускаются дифференцированные товары;  
Б. на рынке оперирует множество продавцов и покупателей;  
В. выпускаются однородные товары;  
Г. рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

22. 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).

23. 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».

24. Каким образом определяется главный конкурент?

А. по уровню потребительских свойств товара;  
Б. по объему предложения;  
В. по величине доли рынка;  
Г. по наилучшему соотношению между объемами продаж и предложения.

25. Товар в маркетинге – это:

А. любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;

Б. продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;

В. результат исследований, разработок и производства;

Г. продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.

26. Качество товара в маркетинге – это:

А. совокупность физических, химических, эргономических и других измеряемых (оцениваемых) характеристик изделия;

Б. характеристика конкурентоспособности товара, степень его отличия от товаров- конкурентов;

В. степень успешности решения проблем потребителей;

Г. то общее, что ценят в продукте различные покупатели.

27. Ценовая эластичность спроса представляет собой:

А. зависимость цены товара от величины объема спроса;

Б. отношение процентного изменения количества спрашиваемого товара к процентному изменению цены;

В. отношение количества спрашиваемого товара к изменению цены с учетом первоначального количества спрашиваемого товара и первоначальной цены;

Г. размеры диапазона колебаний спроса в зависимости от диапазона колебаний цены.

28. Чем отличается ценовая конкуренция от не ценовой?

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

29. Какая стратегия конкуренции наиболее доходна?

А. «завышенная цена»;

Б. все зависит от рыночной ситуации;

В. «цена лидера»;

Г. «снятие сливок».

30. Для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное, важно убедиться в следующем:

А. неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;

Б. оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже вполне определенным лицом;

- В. верно и то, и другое;
- Г. верно, если первое сочетается со вторым.

### **3.5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА, ЭКЗАМЕНА)**

#### **3.5.1. Вопросы для зачета**

1. Рыночная ориентированность товаров и услуг и конкурентоспособность предприятий.
2. Современные подходы к определению прямых конкурентов предприятия.
3. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации.
4. Основы формирования аналитической системы предприятия.
5. Конкурентные стратегии: понятие, подходы к определению.
6. Виды конкурентных стратегий по М. Портеру, примеры.
7. Виды конкурентных стратегий по Юданову, примеры.
8. Понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты развития конкурентной среды.
9. Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности).
10. Структура анализа деятельности конкурентов.
11. Конкурентный анализ: этапы.
12. 5 сил М.Портера, пример.
13. Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример.
14. Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия.
15. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации.
16. Методы оценки конкурентоспособности организации.
17. Подходы к управлению конкурентоспособностью организации.
18. Методы оценки конкурентоспособности товара.
19. Алгоритм оценки конкурентоспособности организации.
20. Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
- 25 Система сбалансированных показателей.
21. Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия.
22. Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации.
23. Понятие конкурентного преимущества.
24. Модели М. Портера.
25. Преимущества низкого и высокого порядка.
26. Детерминанты конкурентного преимущества.
27. Сущность и классификация ценностей.
28. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов.
29. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества организации. Конкурентный статус организации: понятие, оценка уровня.
30. Управление конкурентоспособностью организации.

### 3.5.2. Вопросы для экзамена

1. Целевая классификация понятия конкуренции. Подходы к определению рыночной конкуренции.
2. Основные факторы (движущие силы), меняющие условия и характер рыночной конкуренции.
3. Генезис теории конкурентных преимуществ.
4. Ромб детерминантов конкурентных преимуществ М. Портера. ОЛИ-парадигма Дж. Даннинга.
5. Развитие конкуренции в промышленных кластерах.
6. Кластерная политика и кластерные инициативы.
7. Рыночное позиционирование предприятий и производственных систем.
8. Конкурентные стратегии хозяйствующих субъектов.
9. Понятие, задачи и механизм стратегического управления потенциалом конкурентоспособности предприятия.
10. Основные подходы к определению понятия «конкурентоспособность».
11. Методические подходы к оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта: преимущества и недостатки.
12. Источники формирования конкурентоспособности предприятий и производственных систем.
13. Процесс управления конкурентоспособностью предприятия.
14. Критерий оценки конкурентоспособности предприятия: модель расчета.
15. Система экономических законов в управлении конкурентоспособностью предприятия.
16. Принятие решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия.
17. Структура и характеристика конкурентной среды предприятия.
18. Стратегия позиционирования и конкурентная стратегия предприятия.
19. SWOT-анализ и его значение для разработки стратегии позиционирования.
20. Региональный кластер как географическая агломерация фирм.
21. Современное российское предприятие как вариант территориально-производственной системы.
22. Организационно-производственная структура современного российского предприятия.
23. Основные категории предприятий в терминах концепции потребительской актуальности.
24. Сущность концепции потребительской актуальности: оценка категорий коммерческих операций, содержание и контекст категории.
25. Иерархия взаимодействия с потребителем в концепции потребительской актуальности.
26. Аналитический обзор методик оценки региональной конкурентоспособности: преимущества и недостатки.
27. Методика оценки конкурентоспособности предприятия.
28. Анализ потенциала конкурирующих предприятий.

29. «Эталонная модель», относительно которой производится оценка конкурентоспособности для заданного объекта исследования.

30. Система факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

31. Моделирование зависимости уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта от технико-экономических показателей его деятельности.

32. Система планирования конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

33. Этапы управленческого цикла хозяйствующего субъекта.

34. Структура управления процессом повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на основе целевых нормативов.

35. Этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.

36. Схема реализации механизма управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.

37. Сущность инноваций и их классификация.

38. Факторы инновационной активности хозяйствующих субъектов.

39. Концепция экономики обучения и национальной системы инноваций Лундвала-Йонсона.

40. Условия активизации инновационных преобразований деятельности хозяйствующих субъектов.

41. Инновационные стратегии развития хозяйствующих субъектов.

42. Критериальный отбор инновационных проектов развития хозяйствующих субъектов.

43. Система показателей эффективности инновационной деятельности хозяйствующего субъекта.

44. Роль персонала в повышении конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

45. Мотивационные теории «X», «Y» и «Z».

46. Содержательные теории мотивации персонала.

47. Процессуальные теории мотивации персонала.

48. Методы мотивации эффективного трудового поведения персонала.

49. Блочная классификация показателей, обусловленная всей совокупностью факторов, влияющих на уровень мотивации персонала.

50. Моделирование влияния показателей мотивации персонала на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

51. Регулирование уровня конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на основе системы показателей мотивации персонала.

52. Прогнозирование уровня конкурентоспособности предприятий.

53. Сценарный методический подход к прогнозированию показателей конкурентоспособности предприятия.

54. Формирование сценарных условий развития в прогнозный период.

55. Формирование целевых ориентиров по основным показателям конкурентоспособности предприятия по этапам прогнозного периода.

56. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность организации.

57. Методы определения значений, показателей качества товара.

58. Понятие категории качества. Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

59. Экономическая безопасность в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

60. Коммерческая тайна организации и ее защита для обеспечения конкурентоспособности компании.

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

##### **4.1. Показатели оценивания** компетенций на различных этапах их формирования, достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине

ПК-4 способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты				
ПК-11 способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий				
Этап (уровень)	Критерии оценивания			
	Неудовлетворительно / не зачтено	Удовлетворительно / зачтено	Хорошо / зачтено	Отлично / зачтено
<b>знать</b>	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания на базовом уровне, с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет; - методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - способы оценки	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания на базовом уровне, с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет; - методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания с незначительными замечаниями; - методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - способы оценки предлагаемых	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания верно и в полном объеме; - методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - способы оценки предлагаемых

	предлагаемых вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	результатов; - способы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
<b>уметь</b>	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет: - применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: - применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: - применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: - применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев

	последствий.	эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
<b>владеть</b>	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет: - навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Обучающийся владеет в неполном объеме и проявляет недостаточность владения навыками: - построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Обучающимся допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения, частично владеет навыками: - построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Обучающийся свободно применяет полученные навыки, в полном объеме владеет: - навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

#### 4.2. Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия», при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» (прошли промежуточный контроль, выполнили практические работы, выполнили реферат или выступили с докладом).

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенных в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются незначительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

### **Форма промежуточной аттестации: экзамен.**

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия», при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» (прошли промежуточный контроль, выполнили практические работы, выполнили реферат или выступили с докладом).

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков

	<p>приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.</p>
Хорошо	<p>Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 незначительные ошибки.</p>
Удовлетворительно	<p>Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.</p>
Неудовлетворительно	<p>Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.</p>

## ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры, протокол № 9 от «10» апреля 2021 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах.

---

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры, протокол № 11 от « 14 » мая 2022 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, а так же перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

---

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 06 от «04» марта 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, актуализации тем для самостоятельной работы, актуализации вопросов для подготовки к промежуточной аттестации, актуализации перечня основной и дополнительной учебной литературы.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 10 от «22» августа 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации электронных библиотечных систем.