

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт экономики и предпринимательства

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 13 от 30.11.2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Управление конкурентоспособностью компании

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
38.03.02 - Менеджмент

---

Направленность образовательной программы  
Менеджмент организации

---

Форма обучения  
очная, очно-заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.22 Управление конкурентоспособностью компании относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

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

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

деятельности				
--------------	--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	14	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14	8
- КСР	1	1
<b>самостоятельная работа</b>	<b>79</b>	<b>91</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> зачёт	<b>0</b> зачёт

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная
Тема 1. Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции и конкурентной ситуации на рынкеТема 1.	20	20	2	1	2	1	4	2	16	18

Тема 2. Понятие конкурентоспособности. Виды конкурентоспособности	20	20	2	1	2	1	4	2	16	18
Тема 3. Методы оценки конкурентоспособности продукта компании	24	22	4	2	4	2	8	4	16	18
Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности компании	24	22	4	2	4	2	8	4	16	18
Тема 5. Процесс управления конкурентоспособностью. Конкурентные стратегии	19	23	2	2	2	2	4	4	15	19
Аттестация	0	0								
КСР	1	1					1	1		
Итого	108	108	14	8	14	8	29	17	79	91

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

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Управление конкурентоспособностью компании" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4782>).

Иные учебно-методические материалы: Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования. Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работ

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

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину Формы внеаудиторной самостоятельной работы Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися

Тема 1. Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции и конкурентной ситуации на рынке работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины, поиск информации, аналитическая обработка информации: подготовка к групповой дискуссии, анализу и обсуждению актуальных проблем, связанных с понятием конкуренции

Методы оценки уровня конкуренции на рынке, конъюнктуры рынка

Тема 2. Понятие конкурентоспособности. Виды конкурентоспособности подготовка докладов- презентаций по оценке конкурентоспособности отдельных стран и территорий (по выбору студента) Рейтинги конкурентоспособности стран и территорий

Тема 3. Методы оценки конкурентоспособности продукта компании работа в библиотеке; изучение сайтов по специфике выбранного товара в сети Интернет для создания проекта (по выбору студента) Методы поиска и оценки рыночной информации

Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности компании работа в библиотеке; изучение сайтов по специфике выбранной компании в сети Интернет для создания проекта (по выбору студента) Методы поиска и оценки рыночной информации

Работа с основной и дополнительной литературой  
Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины  
Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников. Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования. Самостоятельное изучение тем дисциплины  
Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала. Подготовка докладов-презентаций по проработанным проектам  
Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами.

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

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы. Желательно спланировать трехкратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти. Самостоятельная работа в библиотеке  
Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Эта работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

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

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-2**

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

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

Основные продукты страусиной фермы:

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

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

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

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

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

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

Необходимо выявить ряд внешних и внутренних факторов, которые оказывают существенное влияние на деятельность рассмотренного предприятия.

### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-10**

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

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

Проведите сравнительный анализ товара с товаром конкурента. Сделайте вывод относительно конкурентоспособности товара

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
--------	---------------------

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Анализ проведен полностью, сделаны обоснованные расчеты, предложено свое обоснованное решение с инновационными элементами
отлично	Анализ проведен полностью, сделаны обоснованные расчеты, предложено свое обоснованное решение
очень хорошо	Анализ проведен, сделаны обоснованные расчеты (возможно с незначительными неточностями), предложено свое решение с незначительными неточностями, которые быстро исправлены после указания преподавателя
хорошо	Анализ проведен, сделаны обоснованные расчеты (возможно с незначительными неточностями), предложено свое решение с незначительными неточностями, которые исправлены после указания преподавателя
удовлетворительно	Расчеты проведены, но сделаны ошибки при анализе или расчетах
неудовлетворительно	Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками
плохо	Работа не выполнена или выполнена со значительными ошибками

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2

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

А. Функциональной.

Б. Видовой.

В. Предметной

Г. Ценовой.

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

А. Технико-экономическим.

Б. Коммерческим.

В. Нормативно-правовым.



Г. Инновационным.

**3. Зачем надо определять главного конкурента ?**

А. Для изучения потребительских свойств его товара.

Б. Чтобы знать, на кого надо опереться.

В. Для эффективного анализа рыночной ситуации.

Г. Для реализации стратегии «цена лидера».

**4. Какая стратегия конкуренции наиболее доходна ?**

А. «Завышенная цена».

Б. Все зависит от рыночной ситуации.

В. «Цена лидера».

Г. «Снятие сливок».

**5. Цели компании должны соответствовать принципам:**

А.. SMART

Б. экономической эффективности

В. PEST

**6. К экономическим показателям конкурентоспособности товара относится:**

А. затраты на приобретение товара

Б. оценочные показатели

В. нормативно-производственные показатели

Г. классификационные показатели

**7. Что означает Т в SMART-принципе?**

А. технологичность целей

Б. определение сроков реализации

В. Конкретность и измеримость

**8. К маркетинговым показателям конкурентоспособности товара не относится:**

А. затраты на логистику

Б. имидж товара

В. известность торговых посредников

Г. известность поставщиков

#### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10**

##### **1. Что означает понятие «конкуренция»?**

*А. соперничество в каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели*

Б. процесс, при котором происходит слияние двух и более фирм с целью поглощения или разорения какого-либо предприятия

В. нелегальная форма деятельности компании, направленная на увеличение прибыли и разорение других фирм, работающих в той же сфере

Г. вид деятельности предприятия, направленный на сокращение объемов производства с целью экономии бюджета компании

##### **2. Из чего складывается цена потребления?**

А. затраты на эксплуатацию товара + экономические издержки

*Б. затраты на приобретение товара + затраты на эксплуатацию товара*

В. затраты на транспортировку товара + экономические издержки

Г. затраты на изготовление товара + затраты на транспортировку товара

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

*А. Рост спроса на второй товар.*

Б. Бурную негативную реакцию продавцов второго товара.

В. Рост цены на второй товар.

Г. Падение объема спроса на второй товар.

##### **4. Что может служить примером естественной монополии?**

А. Международный нефтяной картель ОПЕК.

Б. Компания IBM.

В. Издательство «Известия».

*Г. Городской метрополитен.*

##### **5. В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов?**

А. «Рынок покупателя».

Б. «Рынок продавца».

В. «Равновесный рынок».

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

**6. Каким образом определяется главный конкурент?**

А. По уровню потребительских свойств товара.

Б. По объему предложения.

В. По величине доли рынка.

Г. По наилучшему соотношению объемов продаж и предложения.

**7. Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой?**

А. Уровнем коэффициента эластичности предложения по цене.

Б. Ролью цены в конкуренции за объемы сбыта.

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

Г. Невозможностью использовать бесплатную рекламу.

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

А. мотивация

Б. конфликт

В. конкуренция

Г. сотрудничество

**9. Какой экономической модели конкуренции не существует?**

А. чистая конкуренция

Б. чистая монополия

В. монополистическая конкуренция

Г. конкурентная монополия

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

А. изменение поведения предприятий на рынке

*Б. увеличение количества и разнообразия предприятий, действующих на рынке*

В. либерализация цен

Г. формирование негосударственного сектора экономики

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

А. прямые субсидии

Б. освобождение от налогов

*В. полное возмещение затрат в случае успеха проекта*

Г. отсутствие доступа к государственным контрактам

**Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	доля правильных ответов 60-100%
не зачтено	доля правильных ответов 0-59%

**5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации**

**Шкала оценивания сформированности компетенций**

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

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

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

### 5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

#### Оценочное средство - Практическое задание

##### Зачёт

#### Критерии оценивания (Практическое задание - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	практическое задание выполнено корректно, возможно с незначительными недочётами
не зачтено	практическое задание не выполнено

**Типовые задания (Практическое задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-2** (Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений)

На основе предоставленных данных о предприятии определите цели на краткосрочную и среднесрочную перспективу, а также возможную стратегию развития.

Пример описания компании.

Сеть фитнес-клубов «ФизКульт» является федеральным брендом. Сегодня в Нижнем Новгороде и Дзержинске успешно работают 11 клубов.

Спортивный клуб «ФизКульт» оказывает следующие услуги:

1. Услуги тренажерного зала
2. Услуги фитнес-клуба (проведение групповых занятий по танцам, пилатесу, кроссфиту, велотренажерам и пр.)
3. Персональные тренировки
4. Детские программы
5. Сопутствующие услуги – массажист, солярий, бар и пр.

Миссия клуба – «Вместе к красивому телу и здоровому духу».

Общее число клиентов клуба достигает 45 000, среди которых присутствуют как профессиональные спортсмены, так и любители, поддерживающие хорошую физическую форму.

Организационная структура клуба является линейно-функциональной. Руководство деятельностью клубов осуществляет директор, в прямом подчинении у которого находятся управляющие клубами, заместитель по хозяйственной части, руководитель отдела маркетинга и главный бухгалтер.

Уровень цен на абонементы является средним. Сеть спортивных клубов «ФизКульт» позиционирует себя в среднеценовом сегменте. Цены на услуги представлены ниже (указаны

цены филиала клуба, расположенного на пр. Ленина 108, «ФизКульт Автозаводской»):

- Клубная карта на 1 месяц – 4 550 руб.
- Клубная карта на 1 год – 21 500 руб.

Человек, который приобретает карту фитнес-клуба, имеет доступ ко всем залам, групповым программам в часы, предусмотренные договором (утренняя карта, вечерняя карта, карта полного дня).

Дополнительные услуги (солярий, буфет, персональные тренировки) оплачиваются отдельно в соответствии с установленным прайсом.

Рассмотрим ключевые факторы макросреды, которые влияют на деятельность фитнес-клубов «ФизКульт» (таблица 1).

Таблица 1 – Макросреда организации

Фактор	Влияние фактора
<b>Политико-правовые факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Пропаганда здорового образа жизни и отказа от вредных привычек на государственном уровне</li><li>• Государственные программы развития спорта</li><li>• Проведение спортивных соревнований с государственной поддержкой</li><li>• Введение санкций затрудняет поставки оборудования иностранного производства</li></ul>	Положительное  Положительное  Положительное  Отрицательное
<b>Экономические факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Сложная экономическая ситуация приводит к снижению покупательской способности населения, что ведет к снижению спроса на услуги фитнес-клубов</li><li>• Рост курса валют приводит к росту цен на спортивный инвентарь</li><li>• Доступность банковских кредитов, поддержка малого бизнеса, ведение упрощенной системы налогообложения облегчает ведение бизнеса.</li><li>• Рост коммунальных тарифов приводит к увеличению эксплуатационных расходов</li></ul>	Отрицательное  Отрицательное  Положительное

	Отрицательное
<b>Социокультурные факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повышение интереса населения к спортивным занятиям</li> <li>• Увеличение численности населения, рост потребности в услугах спортивных клубов</li> <li>• Здоровый образ жизни переходит в категорию модных и воспринимается как атрибут успешного современного человека.</li> </ul>	Положительное  Положительное  Положительное
<b>Технологические факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новые современные технологии по разработке тренировок, усовершенствование тренажеров</li> <li>• Использование современных информационно-коммуникационных технологий для онлайн тренировок</li> <li>• Развитие пластической хирургии</li> </ul>	Положительное  Положительное  Отрицательное

На данный момент индустрия спорта медленно набирает доковидные показатели, но ускоряют этот процесс модные тренды популяризации здорового образа жизни, становления занятий спортом как неотъемлемой части жизни современного человека. Потребителями услуг фитнес-клубов выступают в основном люди со средними и высокими доходами, которые заботятся о своем здоровье и стремятся поддерживать свое тело в форме. Женщины составляют большую долю среди всех посетителей. Наблюдается общее увеличение возраста членов фитнес-клубов – нередко ими становятся не только молодые люди, но и люди пенсионного возраста, для которых разработаны специальные тарифы. И так как в основном эта категория свободна днем, то заполняемость клуба в это время по сниженным ценам обеспечена. Активно развиваются оздоровительные программы для детей.

**Типовые задания (Практическое задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-10 (Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности)**

На основе предоставленных данных о предприятии оцените уровень его конкурентоспособности и определите стратегию развития

Пример описания компании.

Сеть фитнес-клубов «ФизКульт» является федеральным брендом. Сегодня в Нижнем Новгороде и Дзержинске успешно работают 11 клубов.



Спортивный клуб «ФизКульт» оказывает следующие услуги:

1. Услуги тренажерного зала
2. Услуги фитнес-клуба (проведение групповых занятий по танцам, пилатесу, кроссфиту, велотренажерам и пр.)
3. Персональные тренировки
4. Детские программы
5. Сопутствующие услуги – массажист, солярий, бар и пр.

Миссия клуба – «Вместе к красивому телу и здоровому духу».

Общее число клиентов клуба достигает 45 000, среди которых присутствуют как профессиональные спортсмены, так и любители, поддерживающие хорошую физическую форму.

Организационная структура клуба является линейно-функциональной. Руководство деятельностью клубов осуществляет директор, в прямом подчинении у которого находятся управляющие клубами, заместитель по хозяйственной части, руководитель отдела маркетинга и главный бухгалтер.

Уровень цен на абонементы является средним. Сеть спортивных клубов «ФизКульт» позиционирует себя в среднеценовом сегменте. Цены на услуги представлены ниже (указаны цены филиала клуба, расположенного на пр. Ленина 108, «ФизКульт Автозаводской»):

- Клубная карта на 1 месяц – 4 550 руб.
- Клубная карта на 1 год – 21 500 руб.

Человек, который приобретает карту фитнес-клуба, имеет доступ ко всем залам, групповым программам в часы, предусмотренные договором (утренняя карта, вечерняя карта, карта полного дня).

Дополнительные услуги (солярий, буфет, персональные тренировки) оплачиваются отдельно в соответствии с установленным прайсом.

Рассмотрим ключевые факторы макросреды, которые влияют на деятельность фитнес-клубов «ФизКульт» (таблица 1).

Таблица 1 – Макросреда организации

Фактор	Влияние фактора
<b>Политико-правовые факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Пропаганда здорового образа жизни и отказа от вредных привычек на государственном уровне</li><li>• Государственные программы развития спорта</li><li>• Проведение спортивных соревнований с государственной поддержкой</li><li>• Введение санкций затрудняет поставки оборудования иностранного производства</li></ul>	<p>Положительное</p> <p>Положительное</p> <p>Положительное</p>

	Отрицательное
<b>Экономические факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Сложная экономическая ситуация приводит к снижению покупательской способности населения, что ведет к снижению спроса на услуги фитнес-клубов</li> <li>Рост курса валют приводит к росту цен на спортивный инвентарь</li> <li>Доступность банковских кредитов, поддержка малого бизнеса, ведение упрощенной системы налогообложения облегчает ведение бизнеса.</li> <li>Рост коммунальных тарифов приводит к увеличению эксплуатационных расходов</li> </ul>	Отрицательное   Отрицательное  Положительное    Отрицательное
<b>Социокультурные факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Повышение интереса населения к спортивным занятиям</li> <li>Увеличение численности населения, рост потребности в услугах спортивных клубов</li> <li>Здоровый образ жизни переходит в категорию модных и воспринимается как атрибут успешного современного человека.</li> </ul>	Положительное  Положительное  Положительное
<b>Технологические факторы</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Новые современные технологии по разработке тренировок, усовершенствование тренажеров</li> <li>Использование современных информационно-коммуникационных технологий для онлайн тренировок</li> <li>Развитие пластической хирургии</li> </ul>	Положительное  Положительное  Отрицательное

На данный момент индустрия спорта медленно набирает доковидные показатели, но ускоряют этот процесс модные тренды популяризации здорового образа жизни, становления занятий спортом как неотъемлемой части жизни современного человека. Потребителями услуг фитнес-клубов выступают в основном люди со средними и высокими доходами, которые заботятся о своем здоровье и стремятся поддерживать свое тело в форме. Женщины составляют большую долю среди всех посетителей. Наблюдается общее увеличение возраста членов фитнес-клубов – нередко ими становятся не только молодые люди, но и люди пенсионного возраста, для которых разработаны специальные тарифы. И так как в основном эта категория свободна днем, то заполняемость клуба в это время по сниженным ценам обеспечена. Активно развиваются оздоровительные программы для детей.

## **Оценочное средство - Контрольные вопросы**

### ***Зачёт***

#### **Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Зачёт)**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
зачтено	верный ответ хотя бы на один теоретический вопрос билета
не зачтено	не дан верный ответ ни на один вопрос билета

**Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-2** (Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений)

Конкурентный потенциал. Его цели и виды

Конкурентный потенциал. Методика оценки

Управление конкурентоспособностью. Постановка целей управления конкурентоспособностью

**Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-10** (Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности)

5 сил Портера. Математическая модель.

Аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия. Многоугольник конкурентоспособности

Аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия. Построение профиля конкурентов

Виды конкурентных преимуществ

Виды конкуренции

Конкурентные стратегии «нишевика»

Конкурентные стратегии лидера рынка

Конкурентные стратегии последователя

Конкурентные стратегии претендента на лидерство

Матрица Портера

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица McKinsy

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица ADL/LC

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица Hofer/Schendel

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица McKinsy

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Матрица БКГ

Методы оценки конкурентоспособности товара

Понятие и виды конкурентных стратегий

Понятие и уровни конкурентоспособности

Понятие конкурентного преимущества, источники конкурентных преимуществ

Понятие конкурентной среды региона, ее влияние на конкурентоспособность предприятий региона

Понятие конкуренции. Методы оценки уровня конкуренции на рынке

Процесс управления конкурентоспособностью. Основные этапы

Стратегии развития конкурентного потенциала предприятия

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

Основная

литература:

1. Антонов Геннадий Дмитриевич. Управление конкурентоспособностью организации : Учебник / Национальный исследовательский Томский политехнический университет; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 300 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-004963-2. - ISBN 978-5-16-100932-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837829&idb=0>.

2. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум / Н. В. Еремеева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 242 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-09362-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e->

Дополнительная

литература:

1. Рыжикова Тамара Николаевна. Анализ деятельности конкурентов : Учебное пособие / Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 267 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-010215-3. - ISBN 978-5-16-102088-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834898&idb=0>.
2. Бондарчук Н.В. Бизнес-разведка. Практикум : учебное пособие / Бондарчук Н.В.; Курашова А.А. - Москва : Дашков и К, 2021. - 138 с. - ISBN 978-5-394-04391-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=808229&idb=0>.
3. Архипова Лидия Сергеевна. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции : Монография / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 104 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-010478-2. - ISBN 978-5-16-102468-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=741919&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

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

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.03.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Ангелова Ольга Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 4.11.2022, протокол № 6.