

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

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

38.03.01 - Экономика

Направленность образовательной программы

Экономика, международный бизнес и предпринимательство

Форма обучения

очная, очно-заочная

Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Управление конкурентоспособностью 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
ПК-6: Способен на основе типовых методик собрать и проанализировать экономические данные, рассчитать и обосновать социально-экономические показатели, используя для решения задач современные технические средства и информационные технологии	<p>ПК-6.1: Использует типовые методики, современные технические средства и информационные технологии для сбора и анализа экономических данных</p> <p>ПК-6.2: ПК 6.2. Рассчитывает и обосновывает социально-экономические показатели на основе типовых методик с использованием современных технических средств и информационных технологий</p>	<p>ПК-6.1:</p> <p>Знать основные теории управления конкурентоспособностью, понятия и категории конкурентоспособности</p> <p>Уметь выявлять отраслевые ключевые факторы успеха, идентифицировать корневые компетенции и формировать устойчивые конкурентные преимущества</p> <p>Владеть навыками отраслевого конкурентного анализа, обоснования конкурентной стратегии, разработки программы</p> <p>ПК-6.2:</p> <p>Знать модели и методы проведения конкурентного анализа в отрасли и на производственном предприятии</p> <p>Уметь анализировать отраслевую цепочку создания стоимости, разрабатывать рекомендации для успешной реализации конкурентной стратегии</p> <p>Владеть методами эффективного управления</p>	Кейс-задача	Зачёт: Задачи Тест

		конкурентоспособностью производственного предприятия		
ПК-7: Способен собрать необходимые для научного исследования данные, проанализировать их, подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет, используя отечественные и зарубежные источники информации	ПК-7.1: ПК 7.1. Собирает данные для проведения научного исследования, проводит их анализ ПК-7.2: ПК 7.2. Готовит информационный обзор и/или аналитический отчет, на основе отечественных и зарубежных источников информации	ПК-7.1: Знать классические и современные модели и методы разработки конкурентной стратегии Уметь разрабатывать программу мероприятий, направленных на достижение устойчивых конкурентных преимуществ предприятия Владеть методами эффективного управления конкурентоспособностью производственного предприятия ПК-7.2: Знать технологические, организационно - управленческие, экономические методы обеспечения конкурентоспособности предприятия Уметь обосновать конкурентную стратегию предприятия на конкретных отраслевых рынках или сегментах Владеть методиками конкурентного анализа компаний в отраслях	Кейс-задача	Зачёт: Задачи Тест

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		

- занятия лекционного типа	16	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	8
- КСР	1	1
самостоятельная работа	23	55
Промежуточная аттестация	0 зачёт	0 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. Предмет и метод дисциплины «Управление конкурентоспособностью»	9	9	2	1	4	1	6	2	3	7	
Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг	8	10	2	1	4	1	6	2	2	8	
Тема 3. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг	12	10	2	1	6	1	8	2	4	8	
Тема 4. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности	8	10	2	1	4	1	6	2	2	8	
Тема 5. Методы оценки качества и конкурентоспособности продукции	14	12	4	2	6	2	10	4	4	8	
Тема 6. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности продукции	10	10	2	1	4	1	6	2	4	8	
Тема 7. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг	10	10	2	1	4	1	6	2	4	8	
Аттестация	0	0									
КСР	1	1						1	1		
Итого	72	72	16	8	32	8	49	17	23	55	

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Управление конкурентоспособностью" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4658>).

Иные учебно-методические материалы: Материал, представляемый для оценки
Формы контроля и оценки
Тестирование Оценка результатов тестирования преподавателем
Выполнение практических заданий Разбор практических заданий. Оценка результатов преподавателем.
Кейс задачи Дискуссия по итогам обсуждения представления кейсов по мини группам. Оценка результатов защиты презентации кейса.

Преподавание учебной дисциплины «Управление конкурентоспособностью» строится на сочетании лекций, практических занятий и различных форм самостоятельной работы бакалавров. Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Решение практических ситуаций и задач
3. Изучение источников управленческой информации
4. Работу с ресурсами Интернет
5. Решение практических ситуаций в виде кейсов
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий
7. Изучение статистикой информации
8. Подготовку к тестированию по темам курсу «Управление конкурентоспособностью»
9. Подготовку к зачету по курсу «Управление конкурентоспособностью».

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 - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-6 (Способен на основе типовых методик собрать и проанализировать экономические данные, рассчитать и обосновать социально-экономические показатели, используя для решения задач современные технические средства и информационные технологии)

1. В условиях высокой конкуренции среди автомобилестроительных фирм для стимулирования продажи автомобилей многие автостроители предлагают скидки с цены машин. Американский филиал фирмы «Фольксваген» избрал другую тактику. Фирма объявила, что будет сама выплачивать ссуду на покупку в рассрочку и страхового взноса в течение 12 месяцев за тех, кто приобрел ее машину и потом потерял работу. Каждый, кто покупает или берет в долгосрочную аренду «Фольксваген», бесплатно получает такие гарантии на срок до трех лет со дня покупки. Однако эти гарантии не распространяются на уволенных за плохую работу или уволившихся по собственному желанию. Максимальная выплата по добавочным гарантиям - 500 долл. в месяц.

Задание:

1. Проанализируйте и оцените действия фирмы «Фольксваген» по продвижению продукции.
2. Что еще можно предложить для повышения спроса на автомобили в условиях высокой конкуренции со стороны других автомобилестроительных фирм?
3. Как снизить коммерческий риск при проведении мероприятий по продвижению продукции?

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-7 (Способен собрать необходимые для научного исследования данные, проанализировать их, подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет, используя отечественные и зарубежные источники информации)

Задача 1. Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных; технологических, социокультурных, политических и международных необходимо учитывать производителю:

- а) спортивных велосипедов;
- б) коллекционных кукол;
- в) надувных лодок;
- г) хлебобулочных изделий;
- д) спичек.

В каждой группе факторов укажите 5-7 наиболее важных. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей, сравните полученные результаты, попробуйте объяснить, почему для каждого предприятия результаты ранжирования могут быть разными.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»,

Оценка	Критерии оценивания
	при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не 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 - Тест

Зачёт

Критерии оценивания (Тест - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	более 60 % правильных ответов теста
не зачтено	менее 60 % и меньше правильных ответов

Типовые задания (Тест - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-6
(Способен на основе типовых методик собрать и проанализировать экономические данные, рассчитать и обосновать социально-экономические показатели, используя для решения задач современные технические средства и информационные технологии)

1. Объектом конкуренции являются	<p>а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя; +</p> <p>б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;</p> <p>с) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;</p> <p>д) группа потребителей, входящих в один сегмент</p>
----------------------------------	--

	рынка.
2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются	<p>а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования; +</p> <p>б) издержки производства и сбыта;</p> <p>с) полезный эффект и цена потребления;</p> <p>д) потребительская новизна товара.</p>
3. Конкурентоспособность товара - это	<p>а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя; +</p> <p>б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;</p> <p>с) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.</p>
4. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют	<p>а) качеством продукции; +</p> <p>б) уровнем качества продукции;</p> <p>с) показателем функциональной пригодности;</p> <p>д) показателем совместимости.</p>
5. К сырью и природному топливу не применяются следующие показатели качества товаров	<p>а) функциональные;</p> <p>б) эргономические; +</p> <p>с) безопасности;</p> <p>д) экологичности.</p>

Типовые задания (Тест - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-7

(Способен собрать необходимые для научного исследования данные, проанализировать их, подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет, используя отечественные и зарубежные источники информации)

1. Что является первым этапом оценки качества продукции?	<p>1. определение номенклатуры аттестуемой продукции;</p> <p>2. приобретение необходимой для контроля</p>
--	---

	<p>качества аппаратуры;</p> <p>3. выбор номенклатуры показателей качества; +</p> <p>4. обучение персонала отдела технического контроля;</p> <p>5. составление плана проверок.</p>
2. Как называется нормативно-технический документ, устанавливающий основные требования к качеству продукции?	<p>1. технические условия;</p> <p>2. стандарт; +</p> <p>3. регламент;</p> <p>4. норматив;</p> <p>5. эталон.</p>
3. Какой документ подтверждает соответствие продукции всем минимальным требованиям, установленным национальным законодательством?	<p>1. паспорт продукции;</p> <p>2. гарантийный талон;</p> <p>3. сертификат соответствия; +</p> <p>4. проект;</p> <p>5. аттестат качества.</p>
4. Статистические методы контроля качества включают:	<p>1. планирование экспериментов и факторный анализ, анализ дисперсии и регрессионный анализ, критерий значимости; карты контроля качества и методы кумулятивных сумм, выборочный статистический контроль;</p> <p>2. гистограммы, временные ряды, диаграммы Парето, причинно-следственные диаграммы, контрольные листки, контрольные карты, диаграммы рассеяния +</p>
5. Сертификация продукции - это:	<p>1. контроль качества поставляемой продукции</p> <p>2. оценка соответствия товара требованиям стандартов +</p> <p>3. регистрация в государственном реестре сертифицированной продукции</p> <p>4. создание независимых экспертных центров контроля изготовления продукции</p>

Оценочное средство - Задачи

Зачёт

Критерии оценивания (Задачи - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
не	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), студент дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.

Типовые задания (Задачи - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-6
(Способен на основе типовых методик собрать и проанализировать экономические данные, рассчитать и обосновать социально-экономические показатели, используя для решения задач современные технические средства и информационные технологии)

Задача 1. Предприятием-производителем решено расширить свой рынок, предлагая в другой стране свою модель трактора. Предварительные расчёты показывают, что предприятие может предложить модель на новом рынке по цене 3,3 ден. единиц. На рынке уже продаются аналогичные марки предприятий «А» и «Б» по цене соответственно 3,2 и 3,5 ден. единиц. Определите, может ли «Наше» предприятие рассчитывать на реализацию продукции по прогнозируемой цене.

Параметры товара	Важность параметра для потребителей, %	Оценка параметра, баллы		
		«Наше» предприятие	Предприятие А	Предприятие Б
Рабочий объём двигателя	15	4	5	9
Количество скоростей	13	3	6	7
Грузоподъёмность заднего подъёмника трёхточечной навески	3	10	8	8
Грузоподъёмность переднего подъёмника трёхточечной навески	12	9	9	6
Вес трактора	23	6	9	5
Мощность двигателя	20	4	8	7
Длина/ширина/высота	14	9	9	5
Итого	100			

Задача 2. Используя результаты опроса потребителей относительно значимости для них факторов качества сметаны, потребительской оценки качества сметаны торговых марок «Вкусно» и «Коровка» по этим факторам, а также текущие цены на эту продукцию, оцените

уровень конкурентоспособности сметаны торговой марки «Вкусно» относительно названного соперника. Основные и вариантные данные, так же шаблон таблицы решения представлены в таблицах – пустые ячейки шаблона необходимо заполнить.

Основные данные и шаблон таблицы решения для задачи

Фактор качества	Весомость фактора, m_i	Связь фактора с КС (прямая/обратная)	Значения факторов по товарам-конкурентам, по 5-балльной шкале		Оценка КС	
			«Вкусно»	«Коровка»	n_i	$m_i n_i$
Цена	0,33		4,8	4,6		
Вкус	0,24		4,6	4,3		
Натуральность состава	0,17		4,1	4,5		
Упаковка	0,15		3,8	3,6		
Объем фасовки	0,11		4,2	4,4		
Всего	1,00				QKAЧ =	

Задача 3. Оцените конкурентные преимущества офисной мебели, выпускаемой тремя предприятиями (выявите лидера). В таблице приведен перечень параметров изделий, оказывающих влияние на спрос, а также значимость (важность) каждого параметра для потребителей. Кроме того, в таблице приведена балльная оценка (по десятибалльной шкале) трех конкурирующих товаров по результатам экспертизы.

Исходные данные

№	Параметры товара	Важность параметра для потребителя	Оценка параметра в баллах		
			1	2	3
1	Качество исходного материала	0,20	8	9	6
2	Качество материала покрытия	0,07	7	8	5
3	Качество фурнитуры	0,12	10	5	6
4	Дизайн	0,23	10	8	7

5	Качество отделки	0,10	5	6	8
6	Цвет	0,06	10	10	5
7	Наличие влагонепроницаемого слоя	0,22	10	3	-
		1,0	60	49	37

Типовые задания (Задачи - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-7

(Способен собрать необходимые для научного исследования данные, проанализировать их, подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет, используя отечественные и зарубежные источники информации)

Задача 1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задача 2. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1406 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Задача 3. По мере того, как усиливается конкуренция, доля компании ежегодно снижается на 5%. Но, в то же время, сам рынок будет расти со скоростью около 200 тыс. ед. в год. На настоящий момент емкость рынка – 800 тыс. ед., доля компании на нем – 35%; прибыль с единицы продукции – 2 у. е. Используя полученную информацию, заполните таблицу. Проанализируйте динамику прибыли компании.

Год	Доля рынка компании, %	Объем продаж, тыс. ед.	Валовая прибыль, тыс. у. е.
1			
2			
3			
4			
5			

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

основная литература:

1. Кирцнер Израэл М. Конкуренция и предпринимательство = Competition and Entrepreneurship / пер. с англ. под ред. А. Н. Романова. - М. : Юнити-Дана, 2001. - 239 с. - ISBN 5-238-00266-1 : 92.30., 2 экз.

дополнительная литература:

1. Чиркунов Олег Анатольевич. Государство и конкуренция : статьи. - М. : Новое литературное обозрение, 2012. - 240 с. : ил. - (Либерал. ru). - В надзаг.: Фонд "Либеральная миссия". - ISBN 978-5-86793-961-8 : 185.00., 1 экз.
2. Рубин Юрий Борисович. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. - 2-е изд. - М. : Маркет ДС, 2006. - 458 с. - ISBN 5-7958-0032-1 : 50.00., 1 экз.
3. АЗОЕВ Г.Л. КОНКУРЕНЦИЯ:АНАЛИЗ,СТРАТЕГИЯ И ПРАКТИКА. - М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. - 207 С. - (Библиотека хозяйственного руководителя). - 0., 1 экз.

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

1. www.gks.ru / Федеральная служба государственной статистики.
2. <http://www.economicus.ru/> Сайт, посвященный экономике.
3. <http://www.rbc.ru/> РосБизнесКонсалтинг.
4. <http://expert.ru/> Эксперт on-line.
5. <http://www.cbr.ru/> - сайт Центрального банка РФ
6. Операционная система Microsoft Windows
7. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office
8. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами, специализированным оборудованием: Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютером, проектором или ЖК-телевизором, акустической системой и микрофоном (при необходимости), а также доской.

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

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 38.03.01 - Экономика.

Автор(ы): Ильичева Нина Михайловна, кандидат экономических наук, доцент
Климова Елена Зуферовна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трофимов Олег Владимирович, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 14.11.2022, протокол № 6.