

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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 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

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01.03 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: 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</p>	Кейс-задача	<p>Зачёт:</p> <p>Задачи</p> <p>Тест</p>

		эффективного управления 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: Собирает данные для проведения научного исследования, проводит их анализ ПК-7.2: Готовит информационный обзор и/или аналитический отчет, на основе отечественных и зарубежных источников информации	<p>ПК-7.1: Знать классические и современные модели и методы разработки конкурентной стратегии</p> <p>Уметь разрабатывать программу мероприятий, направленных на достижение устойчивых конкурентных преимуществ предприятия</p> <p>Владеть методами эффективного управления конкурентоспособностью производственного предприятия</p> <p>ПК-7.2: Знать технологические, организационно - управленческие, экономические методы обеспечения конкурентоспособности предприятия</p> <p>Уметь обосновать конкурентную стратегию предприятия на конкретных отраслевых рынках или сегментах</p> <p>Владеть методиками конкурентного анализа компаний в отраслях</p>	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 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				
	ОФ	ОЗФ	ОФ	ОЗФ	ОФ	ОЗФ	ОФ	ОЗФ	ОФ	ОЗФ	
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 в условиях цифровизации и использования нейросетей	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	

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Предмет и метод дисциплины «Управление конкурентоспособностью»

Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности. Подходы к трактовке рыночной конкуренции. Движущие силы рыночной конкуренции. Развитие теории конкурентных преимуществ.

Конкурентоспособность предприятия: «бриллиантовый» ромб М. Портера; кластерная политика М. Портера и его последователей; рыночное позиционирование предприятия и его конкурентоспособность.

Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг

Понятие конкурентоспособности. Виды конкурентоспособности. Пирамида конкурентоспособности.

Взаимосвязь видов конкурентоспособности. Подходы к оценке конкурентоспособности страны и

региона. Уровень качества продукции. Социальная адресность продукции. Подлинность продукции. Безопасность продукции. Потребительская новизна продукции. Имидж продукции. Информативность продукции. Цена потребления.

Тема 3. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг конкурентоспособность предприятий и производственных систем. Система показателей оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность. Построение системы планирования конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Основные и развитые факторы. Общие и специализированные факторы. Производственные факторы. Рыночные факторы. Сбытовые и сервисные факторы.

Тема 4. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности

Стандартизация. Нормативные документы по стандартизации и их применение. Сертификация, ее виды и значение. Сертификация продукции. Сертификация услуг. Сертификация систем качества. Процедура сертификации. Декларация изготовителя о соответствии. Системы сертификации. Основные участники и схемы сертификации. Принципы системы обеспечения конкурентоспособности. Правовое обеспечение качества и конкурентоспособности. Стандартизация и сертификация как элемент договорных отношений Административная и уголовная ответственность изготовителя за несоответствующую продукцию. Гражданско-правовая ответственность и страхование ответственности изготовителя за несоответствующую продукцию. Нематериальные ресурсы в обеспечении конкурентоспособности и качества. Маркировка товаров.

Тема 5. Методы оценки качества и конкурентоспособности продукции

Генезис подходов к оценке конкурентоспособности предприятия. Исследование источников формирования конкурентоспособности предприятия. Модель расчета критерия оценки уровня конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности компании: матричные (GE, BCG, ADL/LC) и аналитические (многофакторная модель, построение профиля конкурентов и многоугольника конкурентоспособности).

Методы оценки показателей качества продукции по количественным критериям. Методы оценки показателей качества продукции по информационному признаку. Методы оценки конкурентоспособности продукции.

Тема 6. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности продукции

Роль конкурсов. Международные премии в области качества. Национальные премии в области качества.

Тема 7. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг

Управление конкурентоспособностью предприятий и производственных систем на основе целевых показателей. Основные этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятий и производственных систем. Этапы процесса управления конкурентоспособностью. Конкурентные преимущества. Матрица Портера. Конкурентный потенциал. Конкурентная стратегия компании. Выбор эффективной конкурентной стратегии. Реализация стратегии, разработка тактических мероприятий.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

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:

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:

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», 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»

5.2. 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	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы 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 некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала 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 с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-6

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 варианты 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				QКАЧ =	

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	Оценка параметра в баллах		
			1	2	3

		потребителя			
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

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-7

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			

Критерии оценивания (оценочное средство - Задачи)

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 зачтено	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), студент дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Прочитайте текст и выберите один/несколько правильный ответ

№	Вопрос
1	1 Какой вид конкуренции предполагает наличие множества мелких фирм, однородных товаров и свободный вход на рынок? А) Монополистическая конкуренция В) Совершенная конкуренция С) Олигополия
2	2. Что из перечисленного является примером монополии? А) Сеть ресторанов в городе В) РЖД (Российские железные дороги) С) Магазин продуктов у дома
3	3. Ценовая конкуренция предполагает: А) Снижение цен для привлечения клиентов В) Улучшение качества товара С) Рекламные кампании
4	4. Олигополия характеризуется: А) Одним доминирующим продавцом В) Множеством мелких фирм С) Небольшим количеством крупных фирм
5	5. Что относится к неценовой конкуренции? А) Установка минимальной цены В) Улучшение дизайна товара

	С) Скидки на оптовые закупки
6	6. Какой закон регулирует конкуренцию в России? А) ФЗ "О рекламе" В) ФЗ "О защите конкуренции" С) ФЗ "О банках и банковской деятельности"
7	7. Преимущество конкуренции для экономики: А) Снижение качества товаров В) Стимулирование инноваций С) Рост монополий
8	8. Картель — это: А) Объединение фирм для сговора по ценам В) Государственный контроль над рынком С) Форма совершенной конкуренции
9	9. Барьеры для входа на рынок в условиях монополии: А) Низкие налоги В) Патенты и лицензии С) Отсутствие спроса
10	10. Монопсония — это ситуация, когда: А) Много продавцов и один покупатель В) Один продавец и много покупателей С) Один покупатель и много продавцов
11	11. Ценовая дискриминация — это: А) Установка одинаковой цены для всех В) Продажа товара разным группам по разным ценам С) Запрет на изменение цен
12	12. Антимонопольный орган в РФ: А) Министерство экономики В) Федеральная налоговая служба С) Федеральная антимонопольная служба (ФАС)
13	13. В условиях совершенной конкуренции цена товара определяется: А) Государством В) Рыночным спросом и предложением С) Крупнейшей фирмой
14	14. Демпинг — это: А) Искусственное завышение цен В) Продажа товара ниже себестоимости

	С) Фиксация цен на бирже
15	15. Естественная монополия возникает, когда: А) Компания контролирует уникальные ресурсы В) Эффективнее иметь одного производителя (например, метрополитен) С) Государство запрещает конкуренцию
16	16. Влияет ли качество продукции на конкурентоспособность компании?
17	17. Являются ли инновации в области цифровизации важным фактором конкурентоспособности в современных условиях?
18	18. Снижает ли высокая себестоимость продукции конкурентоспособность компании?
19	19. Способствует ли государственная поддержка повышению конкурентоспособности национальных предприятий?
20	20. Является ли SWOT-анализ инструментом оценки конкурентоспособности компании?

Ключи

№	Верный ответ	Критерии
1	В) Совершенная конкуренция	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
2	В) РЖД (Российские железные дороги)	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
3	А) Снижение цен для привлечения клиентов	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
4	С) Небольшим количеством крупных фирм	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
5	В) Улучшение дизайна товара	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
6	В) ФЗ "О защите конкуренции	1 балл –полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
7	В) Стимулирование инноваций	1 балл –полное правильное соответствие
8	А) Объединение фирм для сговора по ценам	0 баллов – остальные случаи
9	В) Патенты и лицензии	1 балл –полное правильное

		соответствие
10	С) Один покупатель и много продавцов	0 баллов – остальные случаи
11	В) Продажа товара разным группам по разным ценам	1 балл –полное правильное соответствие
12	С) Федеральная антимонопольная служба (ФАС)	0 баллов – остальные случаи
13	В) Рыночным спросом и предложением	1 балл –полное правильное соответствие
14	В) Продажа товара ниже себестоимости	0 баллов – остальные случаи
15	В) Эффективнее иметь одного производителя	1 балл –полное правильное соответствие
16	Да. Высокое качество продукции напрямую повышает конкурентоспособность, так как увеличивает удовлетворённость клиентов, укрепляет репутацию бренда и способствует удержанию доли рынка. Например, компании вроде Apple или Toyota активно используют качество как ключевой конкурентный аргумент.	1 балл –полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие
17	Да. Инновации позволяют компаниям создавать уникальные продукты, оптимизировать процессы и адаптироваться к изменениям рынка. Например, Tesla доминирует в электромобильной отрасли благодаря технологическим прорывам, что делает её более конкурентоспособной.	0 баллов – остальные случаи
18	Да. Высокая себестоимость ограничивает гибкость ценообразования, сокращает прибыль и снижает возможность инвестировать в развитие. Компании с низкой себестоимостью (например, Ikea) могут предлагать доступные цены, усиливая свои рыночные позиции.	1 балл –полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие
19	Да. Программы субсидий, налоговые льготы, инвестиции в инфраструктуру и образование помогают компаниям снижать издержки, внедрять новые технологии и выходить на международные рынки. Например, Южная Корея поддерживает корпорации вроде Samsung, что укрепляет их глобальную конкурентоспособность	0 баллов – остальные случаи
20	Да. SWOT-анализ позволяет выявить внутренние сильные и слабые стороны компании (например, компетенции сотрудников, финансовые ресурсы), а также внешние возможности и угрозы (например, рыночные тренды, действия конкурентов). Это помогает разрабатывать стратегии для усиления конкурентных преимуществ.	1 балл –полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Прочитайте текст и выберите один/несколько правильный ответ

№	Вопрос
1	1. Какой метод анализа чаще используется для оценки внутренних и внешних факторов конкурентоспособности компании? а) PEST-анализ б) SWOT-анализ с) ABC-анализ
2	2. Какая стратегия конкуренции предполагает ориентацию на уникальность продукта? а) Лидерство по издержкам б) Дифференциация с) Фокусирование на нише
3	3. Что из перечисленного НЕ является источником конкурентного преимущества? а) Высокое качество продукта б) Низкие производственные издержки с) Частая смена названия компании
4	4. Какой инструмент помогает сравнивать бизнес-процессы компании с лучшими практиками в отрасли? а) Матрица БКГ б) Бенчмаркинг с) Дерево решений
5	5. Что из перечисленного способствует долгосрочной конкурентоспособности? а) Ценовая война б) Инвестиции в инновации, использование цифровых технологий и нейросетей с) Увеличение кредитной нагрузки
6	6. Какой фактор НЕ влияет на конкурентоспособность компании? а) Квалификация сотрудников б) Погода в регионе с) Уровень автоматизации процессов
7	7. Что из перечисленного относится к нематериальным активам, повышающим конкурентоспособность? а) Патенты б) Производственные станки с) Денежные резервы
8	8. Какая стратегия НЕ подходит для выхода на новый рынок? а) Снижение цен ниже себестоимости б) Партнерство с локальными компаниями

	<p>с) Адаптация продукта под местные потребности</p>
9	<p>9. Что такое «ценностное предложение» в контексте конкурентоспособности?</p> <p>а) Установка минимальной цены на продукт</p> <p>б) Уникальная польза продукта для клиента</p> <p>с) Количество филиалов компании</p>
10	<p>10. Какая из перечисленных угроз связана с высокой конкурентоспособностью компании?</p> <p>а) Риск монополизации рынка</p> <p>б) Увеличение лояльности клиентов</p> <p>с) Снижение затрат на маркетинг</p>
11	<p>11. Какой показатель чаще всего используется для измерения конкурентоспособности?</p> <p>а) Количество сотрудников</p> <p>б) Доля рынка</p> <p>с) Размер офиса</p>
12	<p>12. Что из перечисленного НЕ является элементом стратегии лидерства по издержкам?</p> <p>а) Массовое производство</p> <p>б) Минимизация затрат</p> <p>с) Уникальный дизайн продукта</p>
13	<p>13. Как экологическая устойчивость влияет на конкурентоспособность?</p> <p>а) Снижает прибыль компании</p> <p>б) Увеличивает лояльность клиентов</p> <p>с) Не имеет значения</p>
14	<p>14. Какой метод защиты конкурентных преимуществ связан с юридическими правами?</p> <p>а) Ребрендинг</p> <p>б) Патентование</p> <p>с) Сокращение штата</p>
15	<p>15. Что из перечисленного критично для управления конкурентоспособностью в долгосрочном периоде?</p> <p>а) Постоянный мониторинг рынка</p> <p>б) Единоразовое обучение сотрудников</p> <p>с) Увеличение цен раз в год</p>
16	<p>16. Что такое конкурентоспособность компании и является ли конкурентоспособность способностью компании удерживать или увеличивать свою долю рынка за счёт</p>

	преимуществ перед конкурентами?
17	17. Перечислить и пояснить внутренние факторы обеспечения конкурентоспособности компании.
18	18 Используется ли SWOT-анализ для оценки конкурентоспособности компании?
19	19. Можно ли считать конкурентным преимуществом наличие у компании уникального продукта, аналогов которого нет на рынке?
20	20. Включает ли управление конкурентоспособностью разработку стратегий для повышения устойчивости компании на рынке?

Ключи

№	Верный ответ	Критерии
1	b) SWOT-анализ	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
2	b) Дифференциация	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
3	c) Частая смена названия компании	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
4	b) Бенчмаркинг	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
5	b) Инвестиции в инновации, использование цифровых технологий и нейросетей	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
6	b) Погода в регионе	1 балл – полное правильное соответствие 0 баллов – остальные случаи
7	a) Патенты	1 балл – полное правильное соответствие
8	a) Снижение цен ниже себестоимости	0 баллов – остальные случаи
9	b) Уникальная польза продукта для клиента	1 балл – полное правильное соответствие
10	a) Риск монополизации рынка	0 баллов – остальные случаи
11	b) Доля рынка	1 балл – полное правильное

		соответствие
12	с) Уникальный дизайн продукта	0 баллов – остальные случаи
13	б) Увеличивает лояльность клиентов	1 балл – полное правильное соответствие
14	б) Патентование	0 баллов – остальные случаи
15	а) Постоянный мониторинг рынка	1 балл – полное правильное соответствие
16	Конкурентоспособность — это способность компании сохранять или наращивать рыночные позиции благодаря таким факторам, как качество продукции, ценовая политика, инновационность, эффективность управления ресурсами, уровень сервиса и репутация. Она проявляется в устойчивом спросе на товары/услуги компании даже в условиях конкуренции.	1 балл – полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие
17	Внутренние факторы включают всё, что контролирует сама компания: - Технологии (уровень автоматизации, патентные решения), - Персонал (квалификация, мотивация, корпоративная культура), - Оргструктура (эффективность процессов, скорость принятия решений). Внешние факторы — это макроэкономическая ситуация, законодательство, действия конкурентов, которые компания не может изменить, но должна учитывать.	0 баллов – остальные случаи
18	Да. SWOT-анализ — это метод оценки, который выявляет: - Сильные стороны (например, уникальный продукт), - Слабые стороны (например, высокая себестоимость), - Возможности (например, выход на новые рынки), - Угрозы (например, изменения в регулировании отрасли). Этот анализ помогает разработать стратегии усиления конкурентных позиций.	1 балл – полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие
19	Да. Конкурентное преимущество — это уникальное качество, ресурс или технология, которые выделяют компанию среди конкурентов и создают дополнительную ценность для клиентов. Примеры: - Уникальный продукт (например, запатентованная технология), - Эффективная логистика (снижение издержек), - Сильный бренд (высокий уровень лояльности клиентов).	0 баллов – остальные случаи
20	Да. Цели управления конкурентоспособностью: - Повышение устойчивости к внешним угрозам (например, кризисы), - Увеличение доли рынка, - Укрепление репутации, - Рост прибыли за счёт оптимизации издержек и повышения ценности продукта.	1 балл – полное или частичное (не менее 50%) смысловое соответствие

Для этого используются инструменты: бенчмаркинг, маркетинговые стратегии, обучение персонала.	
---	--

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

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

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

Основная литература:

1. Александров Николай Николаевич. Конкуренция и конкурентоспособность: содержание понятий и история их становления. - Н. Новгород : Изд-во Волго-Вят. акад. гос. службы, 2004. - 168 с. - ISBN 5-85152-351-4 : 150.00., 1 экз.
2. 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", 2023. - 300 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-018402-9. - ISBN 978-5-16-111432-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=873984&idb=0>.
3. Абросимова Анна Александровна. Управление конкурентоспособностью : практикум / А. А. Абросимова, Е. З. Климова ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. - 96 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=795098&idb=0>.
4. Гришаева С. А. Конкурентоспособность организации : учебное пособие / Гришаева С. А. - Москва : МАИ, 2024. - 77 с. - редсовет МАИ. - Книга из коллекции МАИ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-4316-1111-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=932075&idb=0>.
5. Еремеева Наталия Валерьевна. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 242 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-09362-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт", <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=923293&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации". - М. : Эксмо, 2005. - 544 с. - ISBN 5-699-11080-1 : 170.00., 2 экз.
2. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие / И. М. Лифиц. - 5-е

- изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 408 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15784-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871526&idb=0>.
3. Управление конкурентоспособностью : учебник / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 407 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-13922-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841653&idb=0>.
4. Фомичев В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник / В. И. Фомичев. - Москва : Юрайт, 2023. - 156 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12241-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848926&idb=0>.
5. Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 427 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17128-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=924767&idb=0>.
6. Фомичев Владимир Иванович. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 229 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-19217-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=921716&idb=0>.

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 подготовки/специальности 38.03.01 - Экономика.

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

Заведующий кафедрой: Плехова Юлия Олеговна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.11.2024, протокол № №5.