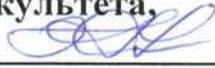


**РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета
инженерно-экономического
факультета,


Э.Б. Атуева
Подпись ИОФ
21.09 2018

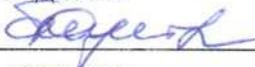
УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
председатель методического
совета ДГТУ


Н.С. Суракатов
Подпись ИОФ
21.09 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.5 Основы конкурентоспособности организаций
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС
для направления (профиля) 38.03.01 - Экономика
шифр и полное наименование направления (профиля)
по профилю «Экономика предприятий и организаций»
факультет инженерно-экономический
наименование факультета, где ведется дисциплина
кафедра экономики и управления на предприятии
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина
Квалификация выпускника (степень) бакалавр
бакалавр
Форма обучения Очная, курс 1 семестр (ы) 2
очная, заочная, др.
Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 3 ЗЕТ (108 часов) :
лекции 34 (час); экзамен - ;
(семестр)
практические (семинарские) занятия 17 (час); зачет 2
(семестр)
лабораторные занятия - (час); самостоятельная работа 57 (час);
курсовой проект (работа, РГР) - (семестр).

Зав. кафедрой 
подпись
Начальник УО 
подпись

Ж.Н. Казиева
ИОФ
Э.В. Магомаева
ИОФ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки 38.03.01 - Экономика, «Экономика предприятий и организаций»

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры **Экономики управления на предприятии**

от 19.09.18 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению (профил

Ж.Н. Казиева
подпись ИОФ

ОДОБРЕНО

**Методической комиссией по
укрупненной группе
специальностей и направлений
подготовки**

**38.00.00 – Экономика и
управление**

шифр и полное наименование
специальности

Председатель МК

Ж.Н. Казиева
подпись И.О.Ф

19 09 2018 г.

АВТОР ПРОГРАММЫ

Мурадова З.Р., к.э.н., доц
ФИО уч. степень, ученое звание, г

З.Р. Мурадова

1. Цели освоения дисциплины: Целями освоения учебной дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций» являются: приобретение навыков практической оценки конкурентоспособности товаров (услуг) и фирм с применением различных методик, получение представлений о рыночной конкуренции, конкурентных преимуществах предприятий, зависимости понятий конкурентоспособности и качества продукции, практика выбора стратегии поведения предприятий в условиях открытого рынка и разработки мероприятий, направленных на обеспечение их долгосрочной конкурентоспособности.

Для более успешного выполнения заданий студенту необходимо, прежде всего, ознакомиться с содержанием рабочей программы, после чего изучить соответствующий раздел программы курса, учебника, ознакомиться с наглядными пособиями, изучить нормативные документы и литературные источники, рекомендуемые к теме курса.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: Дисциплина «Основы конкурентоспособности организаций» является дисциплиной по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.5). Для освоения дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций» обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения предметов «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Менеджмент».

Освоение дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Маркетинг», «Управление проектом», «Система поддержки принятий решений» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций»

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-4);
- способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- цели, задачи и функции стратегии организации, ее роль в управлении предприятием;
- сущность процесса конкурентного анализа;
- факторы эффективности процесса оценки конкурентных преимуществ товаров;
- способы достижения фирмой конкурентных преимуществ на рынке и иерархию пропорций рынка;

- методы оценки распределения рыночных долей, методики измерения цикличности и сезонных колебаний;
- подходы к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности.

Уметь:

- определить тип конкурентной ситуации на рынке;
- проводить графическое позиционирование товаров на рынке;
- оценить конкурентоспособность товара и фирмы выбрать наиболее эффективную конкурентную стратегию фирмы;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли;
- анализировать и обосновывать технологии оптимизации и совершенствования процессов принятия стратегических управленческих решений;
- применять на практике теоретические знания в области исследования рынков.

Владеть:

- навыками расчета показателей качества и конкурентоспособности продукции;
- навыками работы с различными экономическими показателями и документами;
- навыками проведения исследований факторов конкурентоспособности фирмы;
- современными инструментами обеспечения конкурентоспособности продукции и организации;
- навыками управления качеством, формирования конкурентных преимуществ.

4. Структура и содержание дисциплины

«Основы конкурентоспособности организаций»

Освоение учебной дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций» включает во втором семестре 34 часа лекционных занятий, 17 часов практических занятий, 57 часов самостоятельной работы и завершается зачетом.

4.1.Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины Тема лекции и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				ЛК	ПЗ	ЛР	СР	

1	<p>Лекция 1-2 Тема 1: «Теоретические основы конкуренции». 1. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике. 2. Основные понятия и условия возникновения конкуренции. 3. Функции конкуренции. 4. Основные факторы конкуренции. 5. Современные приоритеты в конкуренции. 6. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция). 7. Преимущества неценовой конкуренции. 8. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру</p>	2	1 -2	4	2	6	Входная контрольная работа
2	<p>Лекция 3-4 Тема 2: «Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке» 1. Особенности конкурентных рыночных структур. 2. Модель совершенной конкуренции 3. Модель монополистической конкуренции. 4. Модель олигополистической конкуренции. 5. Модель чистой монополии. 6. Объективные предпосылки усиления конкуренции в России (макро- и микроэкономические). 7. Государственное регулирование конкурентных отношений.</p>		3- 4	4	2	6	Контрольная работа №1
3	<p>Лекция 5-6 Тема 3: «Теория конкурентных преимуществ» 1. Понятие и свойства конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Модель пяти сил конкуренции Портера. 2. Влияние входных барьеров на конкурентные</p>		5- 6	4	2	6	

	<p>преимущества.</p> <p>3. Влияние поставщиков продукции на конкурентные преимущества. Влияние потребителей продукции на конкурентные преимущества. Влияние товаров-заменителей на конкурентные преимущества. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).</p> <p>4. Понятие конкурентного статуса фирмы.</p> <p>5. Технология поиска конкурентных преимуществ: Определение географических границ рынка.</p> <p>6. Формирование списка конкурентов.</p> <p>7. Диагностика целей и намерений конкурентов.</p> <p>8. Замеры емкости рынка.</p> <p>9. Расчет рыночных долей.</p> <p>10. Оценка интенсивности конкуренции.</p> <p>11. Построение конкурентной карты рынка. Стратегические выгоды от присутствия конкурента на рынке.</p>						
4	<p>Лекция 7-8</p> <p>Тема 4: «Оценка конкурентоспособности предприятия»</p> <p>1. Обзор определений конкурентоспособности предприятия.</p> <p>2. Виды конкурентоспособности предприятия.</p> <p>3. Показатели конкурентоспособности предприятий.</p> <p>4. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.</p>	7-8	4	2		6	

5	<p>Лекция 9-10 Тема 5: «Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции»</p> <p>1. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.</p> <p>2. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову.</p> <p>3. Стратегия снижения себестоимости продукции. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов. «Ценовые войны».</p> <p>4. Стратегия дифференциации продукции.</p> <p>5. Стратегия сегментирования рынка. Стратегия внедрения новшеств.</p> <p>6. Степень новизны товаров. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.</p>	9-10	4	2		6	Контрольная работа №2
6	<p>Лекция 11-12 Тема 6: «Типовые стратегии конкурентной борьбы»</p> <p>1. Типовые стратегии конкурентной борьбы по А.Ю. Юданову (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).</p> <p>2. Формы реакции фирм на повышение активности конкурентов (отсроченная реакция, избирательная реакция, «реакция тигра», стохастическая реакция).</p> <p>3. Роли предприятий в конкурентной борьбе (лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах).</p> <p>4. Стратегии конкурентов в зависимости от их роли на рынке («оборона позиций», «фланговая оборона», «упреждающая</p>	11-12	4	2		6	

	оборона», «контрнаступление», «мобильная оборона», «сжимающая оборона»).						
7	<p>Лекция 13-14 Тема 7: «Наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы»</p> <p>1. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности: Преодоление сильных сторон конкурента.</p> <p>2. Наступление на слабые стороны конкурента.</p> <p>3. Одновременное наступление по многим направлениям.</p> <p>4. Обходные маневры. «Партизанские» наступления. Превентивные действия.</p> <p>5. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.</p>	13 14	4	2		6	Контрольная работа №3
8	<p>Лекция 15-16 Тема 8: «Особенности выбора политик обеспечения конкурентоспособности предприятия»</p> <p>1. Дистрибьютерная политика.</p> <p>2. Ценовая политика предприятия.</p> <p>3. Возможности ценовых политик в зависимости от уровня качества продукции предприятия.</p> <p>4. Альтернативные ценовые стратегии предприятий.</p> <p>5. Политика в области коммуникаций.</p> <p>6. Основные задачи политики в области коммуникаций.</p> <p>7. Матрица Симона «Объективное/субъективное качество».</p>	15, 16	4	2		6	

9	Лекция 17 Тема 9: «Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях» 1. Конкурентные стратегии в зарождающихся и быстрорастущих отраслях. 2. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях. 3. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях. Конкурентные стратегии в фрагментированных отраслях. 4. Конкурентные стратегии на международных рынках. 5. Стратегии для лидеров отрасли. 6. Стратегии для компаний преследователей. 7. Стратегии для слабых бизнесов (аутсайдеров рынка)	17	2	1		9		
	Итого:	4	17	34	17		57	зачет

4.2. Содержание практических занятий

№	№ лекции из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5
1	№ 1	Теоретические основы конкуренции	2	№ 1, 2, 3, 4
2	№ 2	Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке	2	№ 1, 2, 3, 4
3	№ 3	Теория конкурентных преимуществ	2	№ 1, 2, 3, 4
4	№ 4	Оценка конкурентоспособности предприятия	2	
5	№ 5	Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции	2	№ 1, 2, 3, 9
6	№ 6	Типовые стратегии	2	№ 1, 2, 3, 4

		конкурентной борьбы		
7	№ 7	Наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы	2	№ 1, 9, 3, 4
8	№ 8	Особенности выбора политик обеспечения конкурентоспособности предприятия	2	
9	№ 9	Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях	1	№ 8, 2, 3, 7
1.	Итого:		17	

4.3 Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Кол-во часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1	2	3	4	5
1.	Теоретические основы конкуренции	6	№№ 1, 2,	Реферат Конспект
2.	Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке	6	№№ 1, 3, 4	Доклад
3.	Теория конкурентных преимуществ	6	№№ 1, 2, 4	Реферат
4.	Оценка конкурентоспособности предприятия	6	№№ 1, 3, 4	Доклад конспект
5.	Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции	6	№№ 1, 2, 3, 4	Конспект
6.	Типовые стратегии конкурентной борьбы	6	№№ 1, 2, 3, 4	Конспект
7.	Наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы	6	№№ 2, 3, 4	Конспект
8.	Особенности выбора политик обеспечения конкурентоспособности предприятия	6	№№ 2, 3, 4	Конспект
9.	Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях	9	№№ 1, 2, 3, 4	Реферат Конспект
ИТОГО		57		

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций» используются следующие инновационные образовательные технологии:

- во время лекционных занятий используется интерактивная доска с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта маркетинговой деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование педагогических тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по анализу динамики и конъюнктуры рынка, сегментированию потребителей, позиционированию товара;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 20% аудиторных занятий. (10 часов).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов контрольной работы по проверке входных знаний студентов

1. Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства товаров и услуг.
2. Конкурентные преимущества товаров и услуг.
3. Конкурентоспособность товаров и услуг как основной фактор качества жизни.
4. Конкурентоспособность и качество товаров и услуг: два уровня управления.
5. Развитие стандартизации и подтверждения соответствия услуг нормативным требованиям.
6. Престижность товаров и услуг в системе оценки их

конкурентоспособности.

7. Имидж услуги: особенности формирования и восприятия.

8. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания.

9. Имидж предприятия как фактор его конкурентоспособности.

10. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров и услуг.

11. Взаимосвязь цены потребления и качества товаров (услуг).

12. Развитие конкурентной среды в экономике Российской Федерации как фактора

конкурентоспособности товаров и услуг.

13. Исследование роли малого предпринимательства в обеспечении конкурентоспособности

товаров и услуг.

14. Развитие инновационной деятельности в Российской Федерации как фактора

конкурентоспособности товаров и услуг.

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов текущих контрольных работ по дисциплине «Основы конкурентоспособности организаций»

Контрольная работа №1

1. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике.
2. Основные понятия и условия возникновения конкуренции.
3. Функции конкуренции.
4. Основные факторы конкуренции.
5. Современные приоритеты в конкуренции.
6. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция).
7. Преимущества неценовой конкуренции.
8. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру
9. Особенности конкурентных рыночных структур.
10. Модель совершенной конкуренции
11. Модель монополистической конкуренции.
12. Модель олигополистической конкуренции.
13. Модель чистой монополии.
14. Объективные предпосылки усиления конкуренции в России (макро- и микроэкономические).
15. Государственное регулирование конкурентных отношений.
16. Понятие и свойства конкурентного преимущества.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Модель пяти сил конкуренции Портера.
19. Влияние входных барьеров на конкурентные преимущества.

20. Влияние поставщиков продукции на конкурентные преимущества.
Влияние потребителей продукции на конкурентные преимущества.
Влияние товаров-заменителей на конкурентные преимущества.
Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).
21. Понятие конкурентного статуса фирмы.

Контрольная работа №2

1. Технология поиска конкурентных преимуществ:
2. Определение географических границ рынка.
3. Формирование списка конкурентов.
4. Диагностика целей и намерений конкурентов.
5. Замеры емкости рынка.
6. Расчет рыночных долей.
7. Оценка интенсивности конкуренции.
8. Построение конкурентной карты рынка.
Стратегические выгоды от присутствия конкурента на рынке.
9. Обзор определений конкурентоспособности предприятия.
10. Виды конкурентоспособности предприятия.
11. Показатели конкурентоспособности предприятий.
12. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
13. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру:
стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.
14. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду.
15. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову.
16. Стратегия снижения себестоимости продукции. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов.
17. «Ценовые войны».
18. Стратегия дифференциации продукции.
19. Стратегия сегментирования рынка.
20. Стратегия внедрения новшеств.
21. Степень новизны товаров.
22. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.

Контрольная работа №3

1. Типовые стратегии конкурентной борьбы по А.Ю. Юданову (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).
2. Формы реакции фирм на повышение активности конкурентов (отсроченная реакция, избирательная реакция, «реакция тигра», стохастическая реакция).

3. Роли предприятий в конкурентной борьбе (лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах).
4. Стратегии конкурентов в зависимости от их роли на рынке («оборона позиций», «фланговая оборона», «упреждающая оборона», «контрнаступление», «мобильная оборона», «сжимающая оборона»).
5. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности:
Преодоление сильных сторон конкурента.
6. Наступление на слабые стороны конкурента.
7. Одновременное наступление по многим направлениям.
8. Обходные маневры. «Партизанские» наступления.
Превентивные действия.
9. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.
10. Дистрибьютерная политика.
11. Ценовая политика предприятия.
12. Возможности ценовых политик в зависимости от уровня качества продукции предприятия.
13. Альтернативные ценовые стратегии предприятий.
14. Политика в области коммуникаций.
15. Основные задачи политики в области коммуникаций.
16. Матрица Симона «Объективное/субъективное качество».
17. Конкурентные стратегии в зарождающихся и быстрорастущих отраслях.
18. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях.
19. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях.
Конкурентные стратегии в фрагментированных отраслях.
20. Конкурентные стратегии на международных рынках.
21. Стратегии для лидеров отрасли.
22. Стратегии для компаний преследователей.
23. Стратегии для слабых бизнесов (аутсайдеров рынка)

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине «Основы конкурентоспособности организаций»

1. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике.
2. Основные понятия и условия возникновения конкуренции.
3. Функции конкуренции.
4. Основные факторы конкуренции.
5. Современные приоритеты в конкуренции.
6. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция).
7. Преимущества неценовой конкуренции.

8. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру
9. Особенности конкурентных рыночных структур.
10. Модель совершенной конкуренции
11. Модель монополистической конкуренции.
12. Модель олигополистической конкуренции.
13. Модель чистой монополии.
14. Объективные предпосылки усиления конкуренции в России (макро- и микроэкономические).
15. Государственное регулирование конкурентных отношений.
16. Понятие и свойства конкурентного преимущества.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Модель пяти сил конкуренции Портера.
19. Влияние входных барьеров на конкурентные преимущества.
20. Влияние поставщиков продукции на конкурентные преимущества.
Влияние потребителей продукции на конкурентные преимущества.
Влияние товаров-заменителей на конкурентные преимущества.
Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).
21. Понятие конкурентного статуса фирмы.
22. Технология поиска конкурентных преимуществ:
23. Определение географических границ рынка.
24. Формирование списка конкурентов.
25. Диагностика целей и намерений конкурентов.
26. Замеры емкости рынка.
27. Расчет рыночных долей.
28. Оценка интенсивности конкуренции.
29. Построение конкурентной карты рынка.
Стратегические выгоды от присутствия конкурента на рынке.
30. Обзор определений конкурентоспособности предприятия.
31. Виды конкурентоспособности предприятия.
32. Показатели конкурентоспособности предприятий.
33. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
34. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.
35. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду.
36. Стратегии конкуренции по Г.Л.Азоеву, А.П. Челенкову.
37. Стратегия снижения себестоимости продукции. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов.
38. «Ценовые войны».
39. Стратегия дифференциации продукции.
40. Стратегия сегментирования рынка.
41. Стратегия внедрения новшеств.

42. Степень новизны товаров.
43. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.
44. Типовые стратегии конкурентной борьбы по А.Ю. Юданову (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).
45. Формы реакции фирм на повышение активности конкурентов (отсроченная реакция, избирательная реакция, «реакция тигра», стохастическая реакция).
46. Роли предприятий в конкурентной борьбе (лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах).
47. Стратегии конкурентов в зависимости от их роли на рынке («оборона позиций», «фланговая оборона», «упреждающая оборона», «контрнаступление», «мобильная оборона», «сжимающая оборона»).
48. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности:
Преодоление сильных сторон конкурента.
49. Наступление на слабые стороны конкурента.
50. Одновременное наступление по многим направлениям.
51. Обходные маневры. «Партизанские» наступления. Превентивные действия.
52. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.
53. Дистрибьютерная политика.
54. Ценовая политика предприятия.
55. Возможности ценовых политик в зависимости от уровня качества продукции предприятия.
56. Альтернативные ценовые стратегии предприятий.
57. Политика в области коммуникаций.
58. Основные задачи политики в области коммуникаций.
59. Матрица Симона «Объективное/субъективное качество».
60. Конкурентные стратегии в зарождающихся и быстрорастущих отраслях.
61. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях.
62. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях.
Конкурентные стратегии в фрагментированных отраслях.
63. Конкурентные стратегии на международных рынках.
64. Стратегии для лидеров отрасли.
65. Стратегии для компаний преследователей.
66. Стратегии для слабых бизнесов (аутсайдеров рынка)

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов контрольной работы по проверке остаточных знаний студентов

1. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике.
2. Основные понятия и условия возникновения конкуренции.
3. Функции конкуренции.
4. Основные факторы конкуренции.
5. Современные приоритеты в конкуренции.
6. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция).
7. Преимущества неценовой конкуренции.
8. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру
9. Особенности конкурентных рыночных структур.
10. Модель совершенной конкуренции
11. Модель монополистической конкуренции.
12. Модель олигополистической конкуренции.
13. Модель чистой монополии.
14. Объективные предпосылки усиления конкуренции в России (макро- и микроэкономические).
15. Государственное регулирование конкурентных отношений.
16. Понятие и свойства конкурентного преимущества.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Модель пяти сил конкуренции Портера.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

№ № п/п	Виды занятия	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство, год издания	Количество о изданий	
					в библио- оте- ке	на каф- едре
1	2	3	4	5	6	9
		Основная литература:				
1.	Лк, пз, срс	Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология Режим доступа: по подписке. –	Царев, В.В	Москва : Юнити-Дана, 2015. – 799 с.		

		<p>URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708 (дата обращения: 09.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01439-5. – Текст: электронный.</p>				
2.	Лк, пз, срс	<p>Конкурентоспособность предприятий и производственных систем / В.В. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601</p>	Криворотов, В.В.	Москва: Юнити-Дана, 2015. – 351 с.		
3.	Лк, пз, срс	<p>Конкуренция. Инновации.– Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115316</p>	Философов, Т.Г.	Москва: Юнити-Дана, 2015. – 295 с.		
		Дополнительная литература:				
1.	Лк, пз, срс	<p>Фонд Либерал. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: www.liberal.ru</p>				
2.	Лк, пз, срс	<p>Всемирный экономический форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: www.weforum.org/gcr</p>				

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально–техническое обеспечение дисциплины «**Основы конкурентоспособности организаций**» включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

На инженерно-экономическом факультете Дагестанского государственного технического университета имеются аудитории (408 ауд., 404 ауд., 407 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Программное обеспечение: MS Office. Internet Explorer.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

<http://www.kremlin.ru/>

<http://www.premier.gov.ru/>

www.gov.ru

www.gks.ru

<http://www.economy.gov.ru>

<http://www.rostrud.ru/>

www.gov.spb.ru

www.consultantplus.spb.ru

[http://www.consultant.ru,](http://www.consultant.ru)

www.garant.ru

www.garant.spb.ru

www.brma.ru Компания Business Relations Management

www.hrm.ru

www.hr-portal.ru

www.tktcner.ru/blog

www.top-personal.ru

www.wikipedia.org

www.vivactiv.ru Тренинговая компания Vivактив

<http://www.trkodeks.ru/>

<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки **38.03.01 - Экономика, «Экономика предприятий и организаций»**

Рецензент от выпускающей кафедры по направлению **38.03.01 - Экономика, «Экономика предприятий и организаций»**

Черкасова С.А.

ФИО

Подпись,