Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудрявцев Максим Геннадьевич
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 02.05.2024 19:23:44
Уникальный программный ключ:
790a1a8df2525774421adc1fc96453f0e902bfb0

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»
(Университет Вернадского)

Кафедра Экономики и финансов

Принято Ученым советом
Университета Вернадского
«26» января 2024 г. протокол №7

«УТВЕРЖДЕНО»
Проректор по образовательной деятельности
_____Кудрявцев М.Г.
«26» января 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Конкурентоспособность фирмы и эффективность бизнеса

Направление подготовки 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) программы Экономика фирмы и отраслевых рынков

Квалификация Магистр

Форма обучения **очная**

Балашиха 2024 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Рабочая программа дисциплины разработана доцентом кафедры экономики и финансов Литвиной Н.И.

Рецензент: к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов Камайкина И.С.

1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения
Профессиональная компетенция	
ПК-3. Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми показателями и бизнес процессами	**Знать (З):** основы разработки вариантов управленческих решений и обоснования их выбора на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов
	Уметь (У): осуществлять руководство экономическими службами и подразделениями организации
	Владеть (В): методикой разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках

2. Цели и место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Конкурентоспособность фирмы и эффективность бизнеса» относится к обязательной части профессиональной образовательной программы высшего образования 38.04.01 Экономика направленность (профиль) Экономика фирмы и отраслевых рынков.

Целями изучения дисциплины «Конкурентоспособность фирмы и эффективность бизнеса» формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, обеспечивающих приобретение профессиональных компетенций в области оценки и управления конкурентоспособностью фирмы и эффективностью управления бизнеса.

3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий, текущий и промежуточный контроль по дисциплине) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	**108**
Аудиторная (контактная) работа, часов	**32,25**
в т.ч. занятия лекционного типа	16
занятия семинарского типа	16
промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающихся, часов	**71,75**
в т.ч. курсовая работа	-
Контроль	**4**
Вид промежуточной аттестации	зачет

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Теоретические и методические основы конкурентоспособности фирмы	**51**	16	35	ПК-3
Раздел 2. Теоретические и методические основы конкурентоспособности и эффективности бизнеса	**53**	16,25	36,75	
Итого за семестр	**104**	32	71,75	
Промежуточная аттестация	**4**	0,25	-	
ИТОГО по дисциплине	**108**	**32,25**	**71,75**	

4.2 Содержание дисциплины по разделам

<u>Раздел 1. Теоретические и методические основы конкурентоспособности фирмы</u>

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Понятие и история развития конкуренции Понятие и этимология термина конкуренция. Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Специфика конкуренции в реформируемой экономике

Тема 2. Закон конкуренции и конкурентные силы в отрасли Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ

Тема 3. Источники и методы сбора информации о конкурентах Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения

Тема 4. Управление конкурентными преимуществами Понятие конкурентных преимуществ и их источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентными преимуществами

Тема 5. Конкурентные стратегии Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы

Раздел 2. Теоретические и методические основы конкурентоспособности и эффективности бизнеса

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Исследование конкурентной среды. Цели и направления исследования конкуренции. Методы, применяемые для исследования конкуренции. Источники информации о конкурентах. Сбор и анализ информации.

Тема 2. Оценка конкурентоспособности товара. Сравнительный анализ конкурентоспособности различных товаров на основе объема продаж. Методика расчета интегрированного показателя конкурентоспособности по методике Долинской М.Г. Методика оценки интеграционного показателя уровня конкурентоспособности Андреевой О.Д. Общее и отличия в различных методиках. Преимущества недостатки различных методик.

Тема 3. Оценка конкурентоспособности организации Классификация методик оценки конкурентоспособности предприятия: Качественные, количественные, смешанные. Преимущества и недостатки как групп методик в целом, так и отдельных методик в частности.

Тема 4. Конкурентные преимущества Основные виды конкурентных преимуществ. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Факторы, оказывающие влияние на конкурентные преимущества: внешние, внутренние. Этапы жизненного цикла конкурентного преимущества.

Тема 5. Система стратегических мероприятий по повышению конкурентоспособности организации Выявление слабых мест и конкурентных преимуществ объекта на основе проведенного анализа. Основные группы причин снижения конкурентоспособности объекта. Разработка типовых мероприятий направленных на устранение существующих проблем.

Тема 6. Проблемы повышения конкурентоспособности российских предприятий. Оценка современного состояния различных отраслей национальной экономики России. SWOT матрица конкурентоспособности отраслей промышленности России. Существующие проблемы повышения конкурентоспособности предприятий. Пути решения проблем.

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств.

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03899-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530245

2. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков : учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт,

2023. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511798

3. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511536

Дополнительная литература:

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

6.3 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, цифровые электронные библиотеки и другие электронные образовательные ресурсы

1. Договор о подключении к Национальной электронной библиотеке и предоставлении доступа к объектам Национальной электронной библиотеки №101/НЭБ/0502-п от 26.02.2020 5 лет с пролонгацией
2. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 27.04.2016 бессрочно
3. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 02.03.2020 бессрочно
4. Информационно-справочная система «Гарант» – URL: https://www.garant.ru/ Информационно-справочная система Лицензионный договор № 261709/ОП-2 от 25.06.2021
5. «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/ свободный доступ
6. Электронно-библиотечная система AgriLib http://ebs.rgunh.ru/ (свидетельство о государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014).

Доступ к электронной информационно-образовательной среде, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Система дистанционного обучения Moodle www.portfolio.rgunh.ru (свободно распространяемое)
2. Право использования программ для ЭВМ Mirapolis HCM в составе функциональных блоков и модулей: Виртуальная комната.
3. Инновационная система тестирования – программное обеспечение на платформе 1С (Договор № К/06/03 от 13.06.2017). Бессрочный.
4. Образовательный интернет – портал Университета Вернадского (свидетельство о регистрации средства массовых информации Эл № ФС77-51402 от 19.10.2012).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. OpenOffice – свободный пакет офисных приложений (свободно распространяемое)
2. linuxmint.com https://linuxmint.com/ (свободно распространяемое)
3. Электронно-библиотечная система AgriLib http://ebs.rgunh.ru/ (свидетельство о

государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014) собственность университета.

4. Официальная страница ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» https://vk.com/rgunh.ru (свободно распространяемое)

5. Портал ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» (свободно распространяемое) https://zen.yandex.ru/id/5fd0b44cc8ed19418871dc31

6. Антивирусное программное обеспечение Dr. WEB Desktop Security Suite (Сублицензионный договор №13740 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ от 01.07.2021).

6.4 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (поточная). Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д.50, каб. 129 Площадь помещения 118,1 кв.м № по технической инвентаризации 140, этаж 1
Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной работы обучавшихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 125 Площадь помещения 51,6 кв.м № по технической инвентаризации 136, этаж 1
Помещение для самостоятельной работы. Персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, читальный зал Площадь помещения 497,4 кв. м. № по технической инвентаризации 177, этаж 1
Помещение для самостоятельной работы. Специализированная мебель, персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.	143900, Московская область, г. Балашиха, ул. Юлиуса Фучика д.1, каб. 320 Площадь помещения 49,7 кв. м. № по технической инвентаризации 313, этаж 3
Учебная аудитория для учебных занятий обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Специализированная мебель. Автоматизированное рабочее место для инвалидов-колясочников с коррекционной техникой и индукционной системой ЭлСис 290; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей со стационарным видеоувеличителем ЭлСис 29 ON; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с портативным видеоувеличителем ЭлСис 207 CF; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с читающей машиной ЭлСис 207 CN; Аппаратный комплекс с функцией видеоувеличения и чтения для слабовидящих и незрячих пользователей ЭлСис 207 OS.	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 105 Площадь помещения 52,8 кв. м. № по технической инвентаризации 116, этаж 1

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»
(Университет Вернадского)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Конкурентоспособность фирмы и эффективность бизнеса

Направление подготовки 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) программы Экономика фирмы и отраслевых рынков

Квалификация Магистр

Форма обучения очная

Балашиха 2024 г.

1.Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Код и наименовании компетенции	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения
ПК-3. Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми показателями и бизнес процессами	**Пороговый (удовлетворительно)**	**Знать (З):** основы разработки вариантов управленческих решений и обоснования их выбора на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов **Уметь (У):** осуществлять руководство экономическими службами и подразделениями организации **Владеть (В):** методикой разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
	Продвинутый (хорошо)	**Знает твердо:** основы разработки вариантов управленческих решений и обоснования их выбора на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов **Умеет уверенно:** осуществлять руководство экономическими службами и подразделениями организации **Владеет уверенно:** методикой разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
	Высокий (отлично)	**Имеет сформировавшееся систематические знания:** основы разработки вариантов управленческих решений и обоснования их выбора на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов **Имеет сформировавшееся систематическое умение:** осуществлять руководство экономическими службами и подразделениями организации **Показал сформировавшееся систематическое владение:** методикой разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках

Для дисциплины, формой итогового контроля которой является зачет:

«зачтено» выставляется, если студент усвоил материал по программе дисциплины, способен преобразовывать теоретические знания в профессиональные умения и навыки

«не зачтено» выставляется, если студент не усвоил материал по программе дисциплины, не способен преобразовывать теоретические знания в профессиональные умения и навыки

При очной форме обучения в результате оценивания выставляются баллы за виды

деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины. Итоговый рейтинг успеваемости студентов складывается из суммы баллов, набранных студентом за всю работу в течение семестра (включая итоговый контроль)

Шкалы оценивания для очной формы обучения:

для зачета: «зачтено» - от 60 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов), «не зачтено» - менее 60 баллов При заочной и очно-заочной формах обучения в результате оценивания выставляется оценка за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в содержании рабочей программы.

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ВОПРОСОВ ДЛЯ УСТНЫХ ОТВЕТОВ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

1.Раскройте содержание пяти конкурентных сил, которые описывает М. Портер.
2.Каковы цели и основные направления исследования рыночной конкуренции? SWOT-анализ.
3. Какие источники вторичной информации о конкурентах вы можете назвать?
4.Какие классификационные группы конкурентов можно выделить по признаку потребительского восприятия?
5. Что представляет собой конкурентная карта рынка? Для каких целей она составляется?
6.Какие параметры качества товара следует включить в оценку конкурентоспособности?
7. Из чего складывается показатель затрат используемый в оценке конкурентоспособности товара?
8. Раскройте содержание этапов процесса управления конкурентоспособностью предприятия (организации).
9. Назовите основные методы анализа уровня конкурентоспособности предприятия.
10. Какие количественные методики анализа конкурентоспособности предприятия вы можете назвать? В чем преимущества данных методик?
11. Дайте характеристику группе качественных методик анализа конкурентоспособности предприятия. Какова сфера применения данных методик?
12. Раскройте основные положения смешанных методик оценки конкурентоспособности предприятия.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1.Роль конкуренции в рыночной экономике.
2.Организация (фирма) и ее место на рынке.
3.Рынок и рыночные ниши.
4. Конкуренция: понятие и виды.
5. Основные понятия и уровни анализа конкурентоспособности.
6. Исследование конкурентной среды.
7. Понятие конкурентного преимущества.
8. Теория «человеческого капитала» Р. Лукаса.
9.Теории конкурентных преимуществ М. Портера и Ф. Котлера.

10.Стадии формирования конкурентных преимуществ.
11.Уровни обеспечения конкурентоспособности организации.
12.Подходы к оценке конкурентоспособности фирмы (организации).
13.Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества фирмы (организации).
14. Бенчмаркинг как современный метод бизнес-планирования и повышения конкурентоспособности предприятия.
15.Подходы к оценке конкурентоспособности персонала. Подходы к оценке конкурентоспособности товаров и услуг.
21.Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества продукции, работ, услуг.
22.Система обеспечения конкурентоспособности организации.
23.Основные типы стратегий конкурентной борьбы.
24.Виолентная стратегия конкурентной борьбы.
25.Патиентная стратегия конкурентной борьбы, ее преимущества.
26. Коммутантная стратегия.
27. Эксплерентная стратегия.
28. Основные пути повышения конкурентоспособности российских предприятий.

ПРИМЕРНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

1.Автомастерская, находящаяся в небольшом городке, на окраине, изначально была ориентирована на две группы клиентов. С первой группой – местными жителями, проблем нет. Спрос небольшой, но устойчивый. А вот со второй группой – транзитным транспортом, ситуация развивается не так, как было задумано. Профилактический и небольшой текущий ремонт водители по-прежнему осуществляют на заправочных станциях, несмотря на более высокие цены.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.
2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера
3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?
4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии.

2. Детский центр дополнительного образования. Центр создан в сентябре 2009 года. За время существования был пройден путь от одной авторской программы до образовательного комплекса включающего более 10 направлений, среди которых детское прикладное творчество, современный танец, вокал, шахматы, английский язык и т.п. – В центре проводятся детские дни рождения и др. праздники (например, празднование нового года). – Кроме того, центр часто выступает площадкой для проведения районных и даже общегородских детских конкурсов. Основной проблемой на данный момент является низкая наполняемость групп.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.
2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера
3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?
4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии

3. Магазин "Дачный". В ассортименте магазина семена, луковицы, удобрения, рассада, комнатные растения, садовые инструменты, книги по садоводству и т.п. Одной из основных проблем магазина является чрезмерно выраженные сезонные колебания спроса. С целью выравнивания сбыта в течение года предпринята попытка введения в ассортимент подарочных сертификатов. Сертификаты спросом не пользуются.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии/

4. Швейное ателье располагается в одном из центральных районов города. Традиционно ателье было ориентировано на простые, но массовые заказы – шторы, постельное белье и т.п. для предприятий бытовой сферы (гостиницы, кафе и пр.). Новый управляющий решил переориентировать ателье на пошив авторской одежды. Смена оборудования, повышение квалификации работников, прием на работу дизайнеров – все прошло успешно. Основная задача - репозиционирование марки и формирование нового благоприятного образа ателье у потенциальных покупателей.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии/

5. Интернет магазин детских колясок и кроваток успешно действовал на рынке все 6 лет с момента открытия. Основной недостаток – невозможность осмотреть и опробовать товар перед покупкой, успешно компенсировался низкими ценами на продукцию. Однако конкуренты в последнее время освоили аналогичные каналы поставок и конкурентное преимущество сошло на нет. Решение было найдено в организации сотрудничества с новым поставщиком выпускающего современные, очень удобные коляски, не имеющие аналогов на рынке. Тем не менее рынок пока не принял новую продукцию.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.

2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера

3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?

4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Примерная тематика вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

1. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике.
2. Основные понятия и условия возникновения конкуренции.
3. Функции конкуренции.

4. Основные факторы конкуренции. Современные приоритеты в конкуренции.
5. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция). Преимущества неценовой конкуренции.
6. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру.
7. Особенности конкурентных рыночных структур.
8. Объективные предпосылки усиления конкуренции в России (макро- и микроэкономические).
9. Государственное регулирование конкурентных отношений.
10. Правовые основы защиты конкуренции.
11. Злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением на рынке.
12. Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию.
13. Формы недобросовестной конкуренции.
14. Функции и полномочия антимонопольного органа.
15. Понятие и свойства конкурентного преимущества.
16. Виды конкурентных преимуществ.
17. Модель пяти сил конкуренции Майкла Портера.
18. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»).
19. Понятие конкурентного статуса фирмы.
20. Технология поиска конкурентных преимуществ фирмы
21. Стратегические выгоды от присутствия конкурентов на рынке
22. Отличие понятия «конкурентоспособность» продукции от понятия «качество» продукции. Компоненты конкурентоспособности продукции.
23. Показатели конкурентоспособности материальной продукции (показатели технического качества, экономические показатели, организационные показатели).
24. Показатели конкурентоспособности услуги.
25. Схема оценки конкурентоспособности продукта.
26. Методы оценки конкурентоспособности продукции.
27. Обзор определений конкурентоспособности предприятия.
28. Виды конкурентоспособности предприятия.
29. Показатели конкурентоспособности предприятий.
30. Методики оценки конкурентоспособности предприятия.
31. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.
32. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду.
33. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову. Стратегия снижения себестоимости продукции. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов. «Ценовые войны». Стратегия дифференциации продукции. Стратегия сегментирования рынка. Стратегия внедрения новшеств. Степени новизны товаров. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.
34. Типовые стратегии конкурентной борьбы по А.Ю. Юданову (виолентная, патиентная, коммутантная, эксплерентная).
35. Формы реакции фирм на повышение активности конкурентов (отсроченная реакция, избирательная реакция, «реакция тигра», стохастическая реакция).
36. Роли предприятий в конкурентной борьбе (лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах).
37. Стратегии конкурентов в зависимости от их роли на рынке («оборона позиций», «фланговая оборона», «упреждающая оборона», «контрнаступление», «мобильная оборона», «сжимающая оборона»).
38. Наступательные стратегии конкурентной борьбы.
39. Оборонительные стратегии конкурентной борьбы.
40. Политика обеспечения конкурентоспособности продукта, ориентированная на «завоевание» потребителя.

41. Риски потребителей, связанные с политикой создания продукта. Риски производителей, связанные с политикой создания продукта.
42. Области характеристик продукта.
43. Модель удовлетворенности потребителя Нориаки Кано.
44. Дистрибьютерная политика обеспечения конкурентоспособности предприятия.
45. Ценовая политика предприятия обеспечения конкурентоспособности предприятия. Возможности ценовых политик в зависимости от уровня качества продукции предприятия. Альтернативные ценовые стратегии предприятий.
46. Политика в области коммуникаций. Основные задачи политики в области коммуникаций. Матрица Германа Симона «Объективное/субъективное качество».
47. Конкурентные стратегии в зарождающихся и быстрорастущих отраслях.
48. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях.
49. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях.
50. Конкурентные стратегии в фрагментированных отраслях.
51. Конкурентные стратегии на международных рынках.
52. Стратегии для лидеров отрасли.
53. Стратегии для компаний-преследователей.
54. Стратегии для слабых бизнесов (аутсайдеров рынка).