

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
**КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЙ**

Направление и направленность (профиль)

38.04.06 Торговое дело. Логистические технологии в торговле

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Конкурентная политика коммерческих организаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.04.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 30.03.2015г. №323) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Лайчук О.В., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли, olga.laichuk@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и торговли от 15.05.2020 , протокол №

9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000002D2B1A
Владелец	Юрченко Н.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000002D8DAC
Владелец	Юрченко Н.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины является формирование системы знаний у студентов, связанной с управлением конкурентоспособностью отдельных коммерческих организаций и их товаров на современных мировых рынках, выбором основных методов и инструментов обеспечения конкурентных преимуществ в системе современных экономических отношений.

Задачи дисциплины заключаются:

- в рассмотрении ключевых составляющих конкурентной политики коммерческих организаций;
- в знакомстве со спецификой формирования и управления конкурентоспособностью;
- в анализе методологических аспектов функционирования монопольных и конкурентных рынков;
- в уточнении методических вопросов конкурентного анализа

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ОК-7	Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей	Знания:	основные теоретические и методические основы функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг
			Умения:	проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия
			Навыки:	методами изучения факторов внешней и внутренней среды предприятия
	ПК-10	Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и	Знания:	основные методы сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия
Умения:			диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия	

		разработке технологий	бренд-	Навыки:	подходами и инструментами управления и рационального использования ресурсов предприятия для поддержания и повышения его конкурентоспособности в долгосрочном периоде
--	--	-----------------------	--------	---------	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Данная учебная дисциплина отнесена к базовой части. Дисциплина направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций выпускника.

Освоение дисциплины осуществляется параллельно с изучением дисциплин:

- вариативной части

Дисциплины после данной:

- дисциплины вариативной части.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Компьютерные технологии в науке и практике», «Стратегический маркетинг», «Теория логистики».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.04.06 Торговое дело	ОФО	М1.Б	3	3	25	8	16	0	1	0	83	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Теоретические основы конкурентоспособности	2	4	0	20	Коллоквиумы, защита выполненных практических заданий, тестирование.

2	Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках	2	4	0	20	Коллоквиумы, защита выполненных практических заданий, тестирование
3	Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий	2	4	0	20	Коллоквиумы, защита выполненных практических заданий, тестирование.
4	Методические вопросы оценки конкурентоспособности	2	4	0	23	Коллоквиумы, защита выполненных практических заданий, тестирование.
Итого по таблице		8	16	0	83	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.

Содержание темы: Содержание темы: Понятие конкуренции и эффективность функционирования монопольных и конкурентных рынков. Модель монополии и методы достижения монопольного положения. Виды монополий. Характеристика и теория функционирования конкурентных и неконкурентных рынков. Конкурентные силы рынка. Типология входных барьеров. Инфраструктура товарного рынка Конкурентоспособность как экономическая категория. Иерархическая структура конкурентоспособности. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Стадии формирования конкурентных преимуществ. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара. (Маркетинговый аспект). Практическая работа № 1. Тема: Характеристика конкурентных преимуществ коммерческих организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Проведение лекций и практических занятий, решение кейсов и расчетных заданий, дискуссии.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной литературы, работа с источниками профессиональной информации. Выполнение практических кейсов и расчетных заданий.

Тема 2 Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках.

Содержание темы: Содержание темы: Теоретические аспекты понятия «рынок» и экономическая концентрация. Методические основы анализа конкурентной среды и концентрации на товарных рынках. Система показателей, оценивающих экономическую концентрацию рынка. Оценка потенциальной конкуренции и барьеров входа на рынок. Практическая работа № 2. Тема: Система оценки состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках для конкретной коммерческой организации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Проведение лекций и практических занятий, решение кейсов и расчетных заданий, дискуссии.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной литературы, работа с источниками профессиональной информации. Выполнение практических кейсов и расчетных заданий.

Тема 3 Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий.

Содержание темы: Содержание темы: Стратегические конкурентные преимущества. Стратегический выбор на конкурентных рынках. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента. Виды конкурентных стратегий. Бостонская матрица. Матрица экрана бизнеса GE. Отраслевой анализ. Анализ стратегических групп. SWOT- анализ. Анализ стоимостных цепочек. Анализ слепых зон. Конкурентный анализ. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ функциональных возможностей и ресурсов. Оценка индивидуальных характеристик конкурентов. Изучение лучших практик (бенчмаркинг) разработки и реализации коммерческих проектов российских и зарубежных компаний. Проведение экспертизы конкурентоспособности реализованных проектов. Практическая работа № 3. Тема: Конкурентная стратегия коммерческих организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Проведение лекций и практических занятий, решение кейсов и расчетных заданий, дискуссии.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной литературы, работа с источниками профессиональной информации. Выполнение практических кейсов и расчетных заданий.

Тема 4 Методические вопросы оценки конкурентоспособности.

Содержание темы: Содержание темы: Этапы процесса разработки и коммерциализации нового продукта, их цели и особенности. Особенности отбора вариантов новых товаров. Научно-техническая конкурентоспособность новых товаров, модель её формирования. Ценовая конкурентоспособность нового товара и конкурентные стратегии. Показатели конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товара. Качество товара. Формирование моделей дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара. Обобщенная оценка конкурентоспособности предприятия. Изучение лучших практик (бенчмаркинг) разработки и реализации коммерческих проектов российских и зарубежных компаний. Проведение экспертизы конкурентоспособности реализованных проектов. Практическая работа № 4. Тема: Система обеспечения конкурентоспособности коммерческой организации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Проведение лекций и практических занятий, решение кейсов и расчетных заданий, дискуссии.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: : Изучение учебной литературы, работа с источниками профессиональной информации. Выполнение практических кейсов и расчетных заданий.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Рекомендации по изучению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение практических занятий. На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. В качестве интерактивных форм проведения занятий по темам дисциплины представлены: лекция - презентация в PowerPoint; на практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям,

выполнение рефератов, выполнение контрольной работы (при необходимости) и самостоятельное изучение некоторых вопросов курса.

Методические рекомендации по обеспечению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов (СРС) - это деятельность обучающихся, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения операций. Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале. Самостоятельная работа призвана обеспечивать возможность осуществления студентами самостоятельной познавательной деятельности в обучении, и является видом учебного труда, способствующего формированию у студентов самостоятельности.

Самостоятельная работа студентов необходима для закрепления теоретического материала и подготовки к различным формам проведения практических занятий. СРС может осуществляться в виде таких форм как сравнительный анализ нескольких авторских точек зрения по исследуемому вопросу, аналитический обзор по заданной тематике, составления кейсов и/или презентаций по одной из тем дисциплины, рецензирования статей своих коллег и т.д.

В программе приведен перечень основных и дополнительных источников, которые предлагается изучить в процессе обучения по дисциплине. Кроме того, для расширения и углубления знаний по данной дисциплине целесообразно использовать: библиотеку диссертаций; научные публикации в тематических журналах; полнотекстовые базы данных библиотеки; имеющиеся в библиотеках вуза и региона публикации на электронных и бумажных носителях.

В рамках подготовки к практическим занятиям студентам необходимо сначала проработать лекционный материал, презентации, ознакомиться с целью, задачами и информационными источниками. При необходимости подобрать дополнительные информационные материалы, необходимую литературу, нормативные и законодательные документы, ознакомиться с ними.

Студентам предлагается выполнить самостоятельную работу в виде реферата с представлением презентации по одной из предложенных тем. Текст реферата набирается на компьютере и оформляется на листах формата А4, количество слайдов в презентации не менее 15. Оформление реферата и презентации в соответствии с требованиями ВГУЭС.

Для успешного освоения предложенных тем или отдельных вопросов следует ознакомиться с рекомендованной литературой и нормативно-технической документацией по дисциплине.

При оценке реферата (доклада) учитывается степень проработки темы, наличие развернутого плана, степень проработки основных вопросов по плану, наличие аргументированного заключения, а также наличие соответствующего списка информационных источников (не менее 30-35); презентации.

Перечень тематика рефератов (соответствует темам практических работ ФОС п. 5.2):

1. Характеристика конкурентных преимуществ коммерческих организаций.
2. Система оценки состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках для конкретной коммерческой организации.
3. Конкурентная стратегия коммерческих организаций.
4. Система обеспечения конкурентоспособности коммерческой организации.

Перечень вопросов самоконтроля:

Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.

1. Перечислите известные вам подходы к определению сущности конкуренции.
2. Перечислите известные вам виды конкуренции.
3. Проведите сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.
4. Обоснуйте научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
5. Опишите модель «национального ромба» М. Портера.
6. Проанализируйте стадии формирования конкурентных преимуществ.

7. Характеристика основных концепций, определяющих содержание категории «конкуренция».

8. Конкурентоспособность как экономическая категория

9. Иерархическая структура конкурентоспособности

10. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

11. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Стадии формирования конкурентных преимуществ

12. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара

13. Основные условия функционирования конкуренции.

14. Факторы, усиливающие конкурентное или монопольное поведение на товарном рынке

15. Характеристика и теория функционирования конкурентных и неконкурентных рынков. Эффективность функционирования монопольных и конкурентных рынков.

16. Конкурентные силы рынка

17. Типология входных барьеров

18. Инфраструктура товарного рынка.

19. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара.

Тема 2. Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках.

20. Дайте характеристику категории «товарный рынок». Основные параметры «товарного рынка».

21. Объясните категорию релевантного рынка. Охарактеризуйте релевантный рынок.

22. Дайте характеристику категории «экономическая концентрация».

23. Как измеряется рыночная концентрация?

24. Научные концепции анализа конкурентной среды на рынке.

25. Источники информации о состоянии конкуренции.

26. Дайте характеристику географических и продуктовых границ товарного рынка.

27. Какие абсолютные и относительные показатели входят в систему оценки концентрации рынка?

28. Дайте характеристику потенциальной конкуренции.

29. Поясните содержательную сущность барьеров входа на рынок.

30. Какие методы оценки входных барьеров на рынок используются в мировой практике?

Тема 3. Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий.

31. Цель поиска стратегических конкурентных преимуществ?

32. Раскройте сущность стратегического управления.

33. Сущность стратегического выбора на конкурентных рынках.

34. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента.

35. Для чего необходимо осуществлять конкурентную разведку?

36. В чем заключается методика анализа конкурента?

37. Перечислите известные вам виды конкурентных стратегий.

38. Проанализируйте сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».

39. Проанализируйте сущность матрица экрана бизнеса GE.

40. Последовательность отраслевого анализа.

Тема 4. Методические вопросы оценки конкурентоспособности.

41. Этапы анализа стратегических групп.

42. Сущность SWOT-анализа.

43. Процесс анализа стоимостных цепочек.

44. Источники «слепых» зон.

45. Особенности процесса конкурентного анализа.

46. Этапы анализа функциональных возможностей и ресурсов.

47. Процесс оценки индивидуальных характеристик конкурентов.

48. Этапы процесса разработки и коммерциализации нового продукта, их цели и

особенности.

49. Особенности отбора вариантов новых товаров.

50. Научно-техническая конкурентоспособность новых товаров, модель её формирования.

51. Ценовая конкурентоспособность нового товара и конкурентные стратегии.

52. Показатели конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товара.

Качество товара.

53. Формирование моделей дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара.

54. Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия.

55. Методики обобщенной оценки конкурентоспособности предприятия.

56. Эволюция антимонопольного законодательства в зарубежных странах

57. Американская модель государственного регулирования конкуренции на рынке.

58. Международная конкурентная политика в странах Европейского союза.

59. Антимонопольное законодательство в России и странах Азии.

60. Реализация антимонопольной политики в России и странах СНГ.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для выполнения самостоятельной работы студентов необходимы помещения, укомплектованные соответствующей компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУЭС, к современным профессиональным базам данных, информационным справочным системам, например, Консультант Плюс, Гарант, Кодекс и др.

В данной учебной программе приведен перечень основных и дополнительных источников, которые предлагается изучить в процессе обучения по дисциплине. Кроме того, для расширения и углубления знаний по данной дисциплине целесообразно использовать: данные портала внешнеэкономической информации РФ, Центра экспертизы ВТО, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы России; научные публикации в тематических журналах, например «Спрос»; библиотеку диссертаций; полнотекстовые базы данных библиотек; имеющиеся в библиотеках вуза и региона публикации на электронных и бумажных носителях и др.

Для проведения занятий лекционного типа используются презентационные материалы обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций настоящей РПД.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по

дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

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

8.1 Основная литература

1. Александров А.К., Круглик В.М., Неделькин А.Н. и др. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2020 - 285 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355105>
2. Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2019 - 347 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=329930>
3. Быков В.А., Комаров Е.И. Управление конкурентоспособностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] : РИОР , 2018 - 242 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=303248>

8.2 Дополнительная литература

1. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Орлов С.Л. и др. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики : Монография [Электронный ресурс] : Издательский Дом ФОРУМ , 2019 - 192 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=337049>
2. Лифшиц А.С., Ибрагимова Р.С., Новиков В.А. и др. Промышленная политика и антикризисное управление предприятиями : Монография [Электронный ресурс] : РИОР , 2020 - 246 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358752>
3. Н.В.Капустина. Управление рисками на промышленных предприятиях : Монография [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2016 - 160 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=30015>
4. Пармененков К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России : Монография [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2018 - 80 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=305607>
5. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Электронный ресурс] : Альпина Паблишер , 2016 - 453 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=257362>
6. Портер М.Е., Калинина Е.Ю. Конкурентное преимущество : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Альпина Паблишер , 2016 - 715 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=135777>

8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Информационно-аналитический портал <http://banki.ru>
2. Информационно-правовой портал Гарант – <http://www.garant.ru/>
3. Научная электронная библиотека – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - Режим доступа: <https://www.gks.ru/>

5. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) URL: <https://rosпотребнадзор.ru/>
6. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
7. Федеральная антимонопольная служба (ФАС России). - Режим доступа: <https://fas.gov.ru/>
8. Центр экспертизы по вопросам Всемирной торговой организации. - Режим доступа: <https://wto.ru>
9. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>
10. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
11. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
12. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
13. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft SharePoint Server Enterprise CAL 2010 Russian

10. Словарь основных терминов

Барьеры входа на рынок – это такие объективные или субъективные факторы, из-за которых новым предприятиям трудно, а подчас и невозможно начать свое предпринимательское дело в выбранной отрасли (или на определенном целевом рынке).

Барьеры выхода – связаны с невозвратными издержками, которые повышают риск деятельности в отрасли, снижающими вероятность входа нового продавца.

Вертикальная конкуренция – это конкуренция между производителями разных товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность покупателя. Например, с помощью телевизора можно удовлетворить потребность в получении информации, досуга, обучения и др.

Внешние факторы конкурентоспособности – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна.

Внутренние факторы конкурентоспособности – объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности (научно-технический потенциал, финансово-экономический потенциал, кадровый потенциал, эффективность рекламы, условия хранения, транспортировки, упаковки продукции, уровень сервисного и гарантийного обслуживания и т.д.)

Горизонтальная конкуренция – это конкуренция между производителями одного и

того же вида товара, т.е. конкуренции по поводу наиболее лучшего производства функциональных свойств и параметров товара.

Движущие силы конкуренции – это основные группы влияния, условия и факторы, которые непосредственно обуславливают уровень конкурентоспособности предприятия на целевом рынке.

Конкуренция – это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров на данном рынке и стимулируют производство товаров, требующихся потребителю.

Источник конкурентного преимущества – это основа для установления количественного значения величины преимущества.

Конкурентоспособность – это многоуровневое, многоаспектное понятие, характеризующее динамическое состояние объекта оценки, определяемое совокупностью конкурентных преимуществ и выраженное в способности выдерживать конкуренцию в системе рыночных отношений в рассматриваемый период.

Конкурентоспособность товара – это комплексная, многоаспектная характеристика, определяющая предпочтения товара на рынке по сравнению с аналогичным товаром конкурентов как по степени соответствия конкурентным потребностям потребителей, так и по затратам на их удовлетворение.

Конкурентоспособность организации – это реальная и потенциальная способность организации, а так же имеющиеся у неё возможности проектировать, изготавливать в тех условиях, в которых ей приходится действовать, товары по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательные для потребителей, чем товары конкурентов.

Конкурентоспособность отрасли – это превосходство отрасли над аналогичными отраслями за рубежом, достигаемое за счет наличия технических, организационных и экономических конкурентных преимуществ, как у её предприятий, так и хозяйствующих субъектов, образующих отраслевую инфраструктуру (поддерживающие отрасли).

Конкурентоспособность страны – это способность экономики страны достигать высоких темпов экономического роста, устойчивых в среднесрочной перспективе, участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам, обеспечивать высокий уровень доходов и заработной платы.

Конкурентная среда – сложившаяся ситуация, в рамках которой производители товаров и услуг находятся в состоянии борьбы за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке.

Конкурентная стратегия – это обобщенная модель действий и совокупность правил, которыми должно руководствоваться предприятие при принятии решений для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности.

Конкурентные преимущества – это подверженные динамике факторы внешней среды и/или внутренние характеристики субъекта (объекта) конкуренции, обеспечивающие ему превосходство над конкурентами на конкурентном рынке в рассматриваемый период.

Конкурентные силы рынка – активно действующие на рынке факторы, составляющие суть конкурентной борьбы на нем.

Конкурентный статус – позиция в конкуренции, своеобразный измеритель положения на рынке.

Неценовая конкуренция – это борьба между субъектами рынка на основе технического превосходства, высокого качества и надежности изделий, более эффективных методов сбыта, использования маркетинга, расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям, улучшения условий оплаты и других приемов.

Оценка конкурентоспособности товаров – совокупность операций по выбору критериев (показателей) конкурентоспособности, установлению действительных значений этих показателей для товаров-конкурентов и сопоставлению значений показателей

анализируемых товаров с товарами, принятыми в качестве базовых.

Потенциальная конкуренция – вероятное вступление на рынок новых фирм, обусловленное возможностью получения высокой экономической прибыли либо других льгот.

Прогнозируемая конкурентоспособность – это ожидаемая способность товара удовлетворять потребности.

Реальная конкурентоспособность – это фактическая способность товаров удовлетворять потребности.

Релевантный рынок – это рынок, не имеющий статичной отраслевой или географической характеристики, существующий в краткосрочном периоде, выделяющийся на основе экономических и нормативных приемов в таком периоде как основа доказательной базы, относящейся к конкретному делу, связанному с антиконкурентными действиями компаний на рынке.

Рыночная (экономическая) концентрация – сосредоточение экономически значимых признаков или характеристик в руках незначительного количества хозяйствующих субъектов (единиц или носителей информации).

Стратегическое управление – это управление развитием предприятия в постоянно изменяющейся рыночной среде.

Товарный рынок – это «сфера обращения товара, не имеющего заменителя, либо взаимозаменяемых товаров на территории Российской Федерации или ее части, определяемой, исходя из экономической возможности покупателя, приобрести товар на соответствующей территории и отсутствия этой возможности за ее пределами».

Ценовая конкуренция – это своеобразное соревнование цен: продавцы стремятся предложить свой дешевле, чем конкурент.

Ценовые стратегии – обоснованный выбор цены из нескольких направлений на достижение максимальной прибыли.

Факторы конкурентоспособности – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия.