

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 25.04.2024 09:16:13

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

## **Методические указания**

по выполнению практических работ

по дисциплине «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия»

для студентов направления подготовки

38.03.02 «Менеджмент»,

направленность (профиль): «Управление бизнесом»

Пятигорск, 2024

## ВВЕДЕНИЕ

Целями освоения дисциплины «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия» – приобретение бакалаврами теоретических знаний и практических навыков в области оценки конкурентоспособности организации, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения, а также заложить потенциал знаний, определяющих профессионализм деятельности менеджера.

Задачами освоения дисциплины «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия» являются:

- обучение бакалавров основным тенденциям развития управления конкурентоспособностью организации в современных условиях, теоретическим аспектам стратегического менеджмента, позволяющим овладеть современными методами и подходами в повышении конкурентоспособности организации;
- развить у бакалавров самостоятельность мышления при разработке концепции формирования стратегического развития организации, творческий подход при анализе и оценке конкурентоспособности в различных областях деятельности организации;
- способствовать приобретению практических навыков в области постановки целей на всех уровнях организации, анализа ее ресурсов и конкурентных возможностей, принятия и реализации стратегических решений, а также управления организацией для успешной реализации конкурентной стратегии.
- сформировать мировоззренческие и методологические основы культуры мышления бакалавра.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ**

### **Практическое занятие № 1-2.**

#### **Тема: Теоретико-методологические основы конкуренции**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- понятие конкуренции и ее роль в развитии экономики;

**Студент должен уметь:**

- выявлять факторы, определяющие типологию рынков;

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с переходом экономики России к рынку и вхождением в мировую экономическую и политическую систему.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Теоретико-методологические основы конкуренции

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Понятие конкуренции и ее роль в развитии экономики
2. Ценовая и неценовая конкуренция
3. Типология рынков.
4. Рынки с монопольной властью
5. Доминирующее положение предприятия и экономическая концентрация товарного рынка
6. Барьеры входа на товарный рынок

### **Практическое занятие № 3-4**

#### **Тема: Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- понятие конкурентоспособности и ее свойства

**Студент должен уметь:**

- спрогнозировать конкурентную ситуацию.

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы обусловлена необходимостью адаптации организации к требованиям внешней и внутренней среды, к овладению новыми знаниями и технологиями, что особенно важно в условиях рыночной экономики.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Понятие конкурентоспособности и ее свойства

2. Пирамида конкурентоспособности субъектов рынка
3. Параметрические характеристики конкурентного преимущества
4. Виды конкурентного преимущества

### **Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708)

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601)

### **Практическое занятие № 5-6.**

**Тема: Конкурентоспособность предприятия в системе рыночных отношений**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование, круглый стол.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- сущность и виды конкуренции предприятия;

**Студент должен уметь:**

- проводить анализ спроса и разрабатывать указания по повышению эффективности функционирования предприятия;

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы обусловлена необходимостью адаптации организации к требованиям внешней и внутренней среды, к овладению новыми знаниями и технологиями, что особенно важно в условиях рыночной экономики.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы:  
Конкурентоспособность предприятия в системе рыночных отношений

### **Вопросы для собеседования:**

1. Сущность и виды конкуренции предприятия.
2. Концепции конкуренции.
3. Содержание понятия и факторы конкурентоспособности предприятия.
4. Методы оценки конкурентоспособности предприятия

### **Перечень дискуссионных тем для круглого стола**

#### **Базовый уровень**

1. Параметрические характеристики конкурентного преимущества
2. Рыночная модель и конкурентоспособность предприятия
3. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия

### **Повышенный уровень**

1. Конкуренция в условиях деформированной рыночной среды
2. Основные экономические элементы и показатели функционирования производственных предприятий
3. Диагностика конкурентоспособности предприятия

### **Практическое занятие № 7-8**

#### **Тема: Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование, круглый стол.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- цели, принципы и функции анализа конкурентоспособности;

**Студент должен уметь:**

- применять методы оценки конкурентоспособности предприятия;

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** изучения темы заключается в том, что организации для выживания на рынке и сохранения конкурентоспособности должны непрерывно изменяться и вносить изменения в свою деятельность. При осуществлении организационных изменений неизбежно возникает сопротивление изменениям. Сопротивление организационным изменениям является одной из основных проблем стоящей перед развивающейся организацией.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий

#### **Перечень дискуссионных тем для круглого стола**

##### **Базовый уровень**

1. Особенности современной теоретической базы конкурентоспособности
2. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках

##### **Повышенный уровень**

1. Апробация динамического метода оценки и анализа конкурентоспособности предприятия
2. Роль антимонопольной политики государства в регулировании рыночных отношений

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Обзор существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия
2. Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия
3. Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия
4. Оценка конкурентоспособности множества предприятий

#### **Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708>

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601

### Практическое занятие № 9-10

#### Тема: Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование, решение разноуровневых задач.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- основные методы и инструменты экономического анализа отраслевых рынков;
- основные виды аналитических материалов, используемых в системе управления экономическим развитием рынков;

**Студент должен уметь:**

- оценивать экономические последствия, возникающие при реализации стратегии отраслевого развития;
- охарактеризовать потенциал товарного рынка, как производственный, так и потребительский, оценить емкость рынка

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы заключается в необходимости обеспечения эффективного проведения изменений и минимизации последствий их воздействия на проектную деятельность компании

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия

#### Задачи репродуктивного уровня

##### **Задание 1. Поиск конкурентных преимуществ фирмы**

Выявить конкурентные преимущества конкретного предприятия на рынке.

Результаты свести в табл. 1. Сделать выводы.

Таблица 1 – Анализ конкурентных преимуществ фирмы \_\_\_\_\_

Виды конкурентных преимуществ	лизируемая фирма	Фирма-конкурент 1	Фирма-конкурент 2
1) основанные на географических факторах	-	-	-
2) основанные на экономических факторах			
3) технические (технологические)			

4) основанные на демографических факторах			
5) определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка			
6) конкурентные преимущества структурного характера			
7) определяемые хорошей информированностью			
8) вызванные административными мерами			
9) основанные на нормативно-правовых актах			

### **Задание 2. Модель пяти сил М. Портера**

Определить влияние факторов, представленных в модели М. Портера, на процесс формирования конкурентных преимуществ конкретного предприятия. Результаты свести в табл. 2. Сделать выводы.

Таблица 2 – Анализ влияния пяти сил модели Портера на фирму \_\_\_\_\_

Фактор	Влияние фактора
1) конкуренция в отрасли со стороны реальных конкурентов	количество реальных конкурентов; доли рынка конкурентов; применяемые конкурентные стратегии; качество продукции конкурентов; материальное положение конкурентов; другое
2) угроза появления новых конкурентов	емкость рынка и ее динамика; эффект жизненного цикла продукта; масштабность производства; уровень затрат на производство; потребность в дополнительных капитальных вложениях; степень дифференциации продукции; предпочтения и преданность потребителей; доступность каналов распределения продукции; уровень развития рыночной инфраструктуры; наличие административных барьеров; перспективность отрасли; другое
3) влияние потребителей продукции	количество потребителей; степень зависимости потребителя от приобретаемого товара; доходность потребителей; степень стандартизации продукции; информированность потребителей о продукции фирмы; степень организации потребителей; скорость изменения вкусов, предпочтений потребителей; возможность самостоятельного производства продукции самим потребителем; другое
4) влияние поставщиков продукции	количество поставщиков; роль поставляемых продуктов в конечном изделии; наличие эффективных заменителей поставляемых продуктов; степень дифференциации поставляемой продукции; степень зависимости фирмы от поставок; другое

5) влияние товаров-заменителей	количество эффективных заменителей производимого товара; объем производства товаров-заменителей; разница в ценах между изделием-оригиналом и товарами-заменителями; другое
--------------------------------	---

### **Задание 3. Определение географических границ рынка**

С помощью факторов, представленных в таб. 3, определить географические границы рынка конкретного предприятия. Сделать выводы.

Таблица – Определение географических границ рынка фирмы \_\_\_\_\_

Фактор	Влияние фактора
1) специфика использования товара	-
2) альтернативность предлагаемых на рынкетоваров	-
3) стоимость транспортировки товаров до места их использования	-
4) частота покупок товара	-

### **Задачи реконструктивного уровня**

#### **Задание 1. Формирование списка конкурентов**

Сформировать список конкурентов и выявить, какие именно предприятия-конкуренты в наибольшей степени препятствуют реализации целей анализируемого предприятия. Для формирования такого списка использовать различные приемы выбора конкурентов, представленные в табл.

Проранжировать конкурентов в отобранных группах. В качестве критериев ранжирования использовать следующие характеристики: рыночную долю; объем реализации продукции; норму прибыли по интересующим группам изделий; рентабельность производства; бюджет маркетинга. Сделать выводы.

Таблица – Выбор конкурентов фирмы \_\_\_\_\_

Прием выбора конкурентов	Конкуренты	Характеристика конкурента				
		рыночная доля	объем реализации продукции	норма прибыли	рентабельность производства	бюджет маркетинга
1) выбор ближайших конкурентов	-					
2) выбор более мощных конкурентов	-					
3) выбор предприятий, обладающих значительной суммарной долей на рынке (>50 %)	-					
4) выбор всех действующих конкурентов в рамках географических границ рынка	-					
5) выбор всех возможных конкурентов: - действующие предприятия;	-					

- потенциальные конкуренты						
----------------------------	--	--	--	--	--	--

## **Задание 2. Диагностика целей и намерений конкурентов**

Определить цели и намерения конкурентов. Сделать выводы.

Знание целей и намерений конкурентов позволяет определить степень их удовлетворенности текущей позицией на рынке, а также предвидеть возможные действия по изменению существующей расстановки сил.

Распознавание целей необходимо начинать с изучения целевых установок отдельных производителей (табл.), затем изучить самооценку деятельности конкурента, т. е. мнений и представлений о самом себе и рынке, на котором он действует.

Таблица – Диагностика целей и намерений конкурентов фирмы \_\_\_\_\_

Вопрос	Ответ
<b>ЦЕЛЕВЫЕ УСТАНОВКИ ОТДЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ</b>	
1) намеревается ли конкурент быть лидером рынка (по себестоимости продукции, технологии, ценам) или стремится следовать за лидером?	
2) имеет ли он традиции в реализации каких-либо целей относительно качества, дизайна продукции, типа покупателя, географической границы и т. д.?	
3) каковы темпы роста доходов и чем они обеспечены?	
4) какова структура управления предприятием?	
5) единодушно ли персонал принимает решения о будущих направлениях развития или есть сторонники других целей?	
<b>САМООЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНКУРЕНТА</b>	
1) в чем состоят, по мнению конкурента, сильные стороны его деятельности, позиция в сфере себестоимости продукции, качества, технологических достижений?	
2) что думает конкурент о будущем спросе на выпускаемую продукцию о тенденциях развития рынка?	
3) как определяется иерархия целей и оцениваются возможности ближайших конкурентов?	
4) считает ли конкурент, что на рынке существуют определенные правила бизнеса (использует ли недобросовестную конкуренцию)?	
5) насколько мнение о своей деятельности отражает используемую стратегию конкуренции?	
<b>ФОРМЫ ПРЯМОГО И КОСВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ НАМЕРЕНИЙ КОНКУРЕНТА</b>	
1) заявления о предстоящих изменениях в деятельности предприятия	
2) информирование о действии или его результатах путем изложения фактов, которые должен знать конкурент	
3) публичные мнения о развитии рынка	
4) объяснение собственных действий	
5) внешние проявления маркетинговой политики	
6) действия, противоречащие прежним целям и традициям	

Главными результатами диагностики целей конкурентов необходимо считать:

– аргументированное доказательство опасности или благоприятных

возможностей, проявляющихся в результате активизации деятельности конкурентов;

– оценку резерва времени, оставшегося до начала массированных действий конкурентов;

– возможное влияние этих действий на важнейшие экономические показатели деятельности предприятия и его конкурентные преимущества.

### **Задание 3. Расчет емкости рынка**

Определить емкость рынка конкретного товара (E). Сделать выводы.

Определение емкости рынка и его сегментов необходимы для оценки потенциального или реального объема реализации товаров при сложившейся конъюнктуре рынка.

#### **1. Определение емкости рынка на основе норм потребления.**

Метод используется, как правило, для продовольственных товаров, сырья и расходных материалов.

В случае с продовольственными товарами статистической основой для расчетов служат годовые нормы потребления товара на одного жителя (H) и общая численность населения ( $Ч_{общ}$ ):

$$E = H * Ч_{общ} \quad (1)$$

Зная средневзвешенные нормы потребления на 1 чел., напр., пива (15-16 л в год), и численность населения отдельных городов или регионов, можно оценить емкость соответствующих географических рынков.

Чтобы повысить точность определения норм потребления, население обычно разделяют на несколько групп по интенсивности потребления, возрастным группам, территории проживания или иному важному для исследования признаку. Для каждой группы определяются расчетные нормы. При таком подходе формула для расчета емкости рынка имеет следующий вид:

$$E = \sum H_i * Ч_i, \quad i = 1, \dots, K, \quad (2)$$

где  $H_i$  – годовая норма потребления товара одним представителем из i-й группы домохозяйств;

$Ч_i$  – численность населения в i-й группе;

k – общее количество групп домохозяйств, представляющих исследуемое население.

По основным продуктам питания нормы можно найти в официальных статистических сборниках или в специализированных газетах и журналах («Маркетинг», «Эксперт», «БИКИ» и др.)

При формировании предпочтений потребителей на новые потребительские товары нормы потребления могут быстро меняться. В этих условиях каждое измерение емкости рынка сопряжено с необходимостью специально измерять нормы потребления и количество реальных покупателей. Поэтому для оценки емкости проводят специальные полевые исследования. Их цель – в определении трех величин:

$Ч_i^n$  – общего количества потенциальных пользователей товара в каждой выделенной группе;

$d_i^p$  – доли реальных покупателей среди потенциальных пользователей;

$H_i$  – месячной нормы потребления на одного реального покупателя.

Расчет годовой емкости производится по модифицированной формуле:

$$E = 12 * \underset{i}{\underset{\sim}{\chi}}^n * \underset{i}{\underset{\sim}{\partial}}^p * \underset{i}{\underset{\sim}{H}}, \quad i = 1, \dots, K \quad (3)$$

2. Определение емкости рынка на основе частоты покупок и стандартных норм расходования товара.

Метод используется для потребительских быстро расходуемых, приобретаемых систематически товаров (напр., зубной пасты, стирального порошка и т. п.):

$$E = 12 * \sum \underset{i}{\underset{\sim}{\chi}}^n * \underset{i}{\underset{\sim}{\partial}}^p * C * T_i, \quad i = 1, \dots, K, \quad (4)$$

где  $\underset{i}{\underset{\sim}{\chi}}^n$  – общее количество потенциальных пользователей товара в каждой выделенной группе;

$\underset{i}{\underset{\sim}{\partial}}^p$  – доли реальных покупателей среди потенциальных пользователей;

C – объем потребления при одном обращении к данному товару, или, что то же самое, – стандартная разовая норма потребления (напр., 20 г зубной пасты для одной чистки зубов, 150 г стирального порошка для одной стирки и т. п.);

$T_i$  – частота обращения (использования) в месяц.

3. Определение емкости рынка на основе суммирования первичных, повторных и дополнительных продаж.

Метод используется для потребительских товаров длительного пользования. В соответствии с логикой построения расчетов всех потребителей товара разделяют на три категории:

$E_{\text{перв}}$  – тех, кто впервые приобретает данную продукцию; они формируют рынок первичных продаж;

$E_{\text{повт}}$  – тех, кто повторно покупает товар, заменяя старый – повторные продажи;

$E_{\text{доп}}$  – тех, кто приобретает товар дополнительно к уже имеющемуся – дополнительные продажи.

Исходя из этого, общий объем реализации можно представить в виде трех слагаемых:

$$E = E_{\text{перв}} + E_{\text{повт}} + E_{\text{доп}}. \quad (5)$$

4. Определение емкости рынка на основе коэффициентов приведения объемов продаж.

Метод используется при определении емкости региональных рынков.

$$E = \underset{0}{\underset{\sim}{E}} * \underset{1}{\underset{\sim}{K}} * \underset{2}{\underset{\sim}{K}} * \dots * \underset{n}{\underset{\sim}{K}}, \quad K = \frac{\underset{p1}{\underset{\sim}{\Pi}}}{\underset{p0}{\underset{\sim}{\Pi}}}, \quad (6)$$

где E – рассчитываемая (неизвестная) емкость регионального рынка;  $E_0$  – известная емкость одного из региональных рынков;

$K_1, K_2, K_n$  – коэффициенты приведения продаж;  $\Pi_{p1}$  – показатель в сравниваемом регионе;

$P_{p0}$  – показатель в базисном регионе.

### **Задачи творческого уровня**

#### **Задание 1. Конкурентоспособность предприятия**

С точки зрения результативности деятельности организаций-конкурентов на рынке и завоевания ими там сильных позиций можно выделить следующие основные факторы конкурентоспособности предприятия:

1. Имидж фирмы.
2. Концепция продукта, на которой базируется деятельность фирмы.
3. Качество продуктов, уровень их соответствия мировому уровню (обычно определяется путем опросов, сравнительных тестов или расчетов).
4. Уровень диверсификации производственно-хозяйственной деятельности (видов бизнеса), разнообразие номенклатуры продуктов.
5. Суммарная рыночная доля главных видов бизнеса.
6. Мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, характеризующей возможности по разработке новых продуктов (размер бюджета НИОКР, число сотрудников, оснащенность предметами и средствами труда, эффективность НИОКР).
7. Мощность производственной базы, характеризующей возможности перестраиваться на выпуск новых продуктов и наращивать объемы выпуска освоенных продуктов (число занятых, оснащенность основными фондами, их уровень и эффективность использования, структура издержек, в том числе использование фактора экономии в зависимости от объема и освоенности выпуска).
8. Стабильность финансово-экономического положения.
9. Финансы, как собственные, так и привлекаемые со стороны.
10. Рыночная цена с учетом возможных скидок или наценок.
11. Частота и глубина проводимых маркетинговых исследований, их бюджет.
12. Предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности организаций привлекать и удерживать потребителей за счет более глубокого удовлетворения их потребностей.
13. Эффективность сбыта с точки зрения используемых каналов товародвижения.
14. Уровень стимулирования сбыта (работников сбытовых служб предприятия, торговых организаций и потребителей).
15. Уровень рекламной деятельности.
16. Уровень послепродажного обслуживания.
17. Политика организаций во внешне-предпринимательской среде, характеризующая способность организаций управлять в позитивном плане своими отношениями с государственными и местными властями, общественными организациями, прессой, населением и т.п.

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия
2. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом
3. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом
4. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с отраслевыми показателями

5. Анализ конкурентоспособности предприятия
6. Перекрестная оценка конкурентоспособности множества предприятий

### **Практическое занятие № 11-12.**

#### **Тема: Конкурентоспособность предприятия: критический анализ теоретического базиса**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- основные методы и инструменты критического анализа;

**Студент должен уметь:**

- оценивать конкурентоспособности предприятия и его продукции

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы заключается в том, что конкуренция стимулирует технический прогресс, способствует развитию экономики, продвижению отечественных товаров на мировой рынок.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Конкурентоспособность предприятия: критический анализ теоретического базиса

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Постановка проблемы
2. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции
3. Конкурентоспособность предприятия по тактическому и стратегическому менеджменту
4. Эконометрический анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятий

#### **Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708>

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601>

### **Практическое занятие № 13-14.**

**Тема: Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** круглый стол, собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- возможности и ограничения методов исследования управления экономическим потенциалом в организации.

**Студент должен уметь:**

- спрогнозировать конкурентную ситуацию

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** изучения темы заключается в том, что организации для выживания на рынке и сохранения конкурентоспособности должны непрерывно изменяться и вносить изменения в свою деятельность. При осуществлении организационных изменений неизбежно возникает сопротивление изменениям. Сопротивление организационным изменениям является одной из основных проблем стоящей перед развивающейся организацией

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Факторы конкурентоспособности предприятия и принципы ее оценки
2. Методы оценки конкурентоспособности предприятия
3. Понятие и экономические границы отрасли
4. Методы оценки конкурентоспособности отрасли

#### **Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708)

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601)

#### **Практическое занятие № 15 - 16.**

**Тема: Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- структуру показателей, характеризующих конкурентоспособность товара.

**Студент должен уметь:**

- применять концепцию менеджмента конкурентоспособности товара

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы заключается в том, что конкуренция стимулирует технический прогресс, способствует развитию экономики, продвижению отечественных товаров на мировой рынок.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Структура показателей, характеризующих конкурентоспособность товара
2. Концепция менеджмента конкурентоспособности товара
3. Оценки конкурентоспособности продукции
4. Методы оценки конкурентоспособности товара

#### **Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708)

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СиБАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601)

#### **Практическое занятие № 17 - 18.**

##### **Конкурентная стратегия предприятия**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Форма проведения:** собеседование.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:**

**Студент должен знать:**

- методы реализации корпоративной стратегии и программ организационного развития и изменений.

**Студент должен уметь:**

- реализовывать корпоративную стратегию и программы организационного развития и изменений

**Формируемые компетенции:** ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9

**Актуальность** темы заключается в необходимости обеспечения эффективного проведения изменений и минимизации последствий их воздействия на проектную деятельность компании.

**В теоретической части** рассматриваются следующие темы: Конкурентная стратегия предприятия

**Вопросы для собеседования:**

1. Классический подход к разработке конкурентной стратегии
2. Модель стратегического управления издержками предприятия
3. Стратегии, основанные на ролевой функции предприятия
4. Стратегии слияний и поглощений

**Рекомендуемая литература:**

Основная литература:

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708)

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

Дополнительная литература:

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

## **Методические указания**

по организации самостоятельной работы обучающихся  
по дисциплине «Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия»  
для студентов направления подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»,  
направленность (профиль):  
«Управление бизнесом»

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ .....	19
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ» .....	20
2. ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ .....	21
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА .....	23
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ РЕШЕНИЮ ЗАДАНИЙ .....	24
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ .....	31
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К КРУГЛОМУ СТОЛУ .....	32
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ .....	34
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	35

## ВВЕДЕНИЕ

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

№ п/п	Содержание компетенции	Шифр
<b>Универсальные компетенции</b>		
1.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2
<b>Профессиональные компетенции</b>		
1	Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнеса	ПК-6
2	Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес решения	ПК-9

Структура и компонентный состав компетенции

Перечень компонентов	Технологии формирования компетенции	Средства и технологии оценки
<b>Знает:</b> источники финансирования рыночных отношений для принятия управленческих решений в области бизнеса; специфику рисков для принятия управленческих решений в области бизнеса; методы анализа оценки предпринимательской деятельности; методику формирования бизнес решений и оценки экономических и социальных условий;	Лекции Самостоятельная работа	Собеседование, тестирование
<b>Умеет:</b> проводить анализ конкурентной среды организации; использовать подходы к разработке конкурентной стратегии; анализировать рыночные риски в целях принятия управленческих решений в области бизнеса;	Практические работы Самостоятельная работа	Собеседование, тестирование, круглый стол, решение разноуровневых

анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес решения		задач
<b>Владеет:</b> способностью использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований; способностью использовать методы принятия решений в управлении деятельностью организации, применять в процессе работы навыки обработки управленческой информации; способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности и формировать новые бизнес-модели	Практические работы Самостоятельная работа	Экзамен

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «Принятие государственных решений в региональном управлении» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение литературы;
- круглый стол;
- самостоятельное решение задач

### ***Цели самостоятельной работы:***

- овладение новыми знаниями, а также методами их получения;
- развитие умения приобретения научных знаний путем личного поиска и переработки информации;
- сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме

### ***Задачи самостоятельной работы:***

- формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу; развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности.

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов; углубление и расширение теоретических знаний;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации
- развитие исследовательских умений;

**Цель подготовки к круглому столу** – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

**Задачами** подготовки к круглому столу являются:

- углубление и расширение теоретических знаний в рамках конкретной темы;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие исследовательских умений.
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

**Цель подготовки докладов** – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

**Задачами** самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

**Цель самостоятельного решения задач** - овладение профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю будущей деятельности.

**Задачами** самостоятельного решения задач являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений.

## **2. ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Коды реализуемых компетенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Средства и технологии и оценки	Объем часов, в том числе (астр)					
			ОФО			ОЗФО		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего	СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
УК-3 ПК-8	Самостоятельное изучение литературы с 1-9 тем	собеседование	14,4	1,6	16	40,5	4,5	45
УК-3 ПК-8	Подготовка к практическому занятию (круглому столу)	собеседование	19	1,0	10	22,5	2,5	25
УК-3 ПК-8	Подготовка к тестированию	Тестирование	19	1,0	10	19	1,0	10
<b>Итого за семестр</b>			24,3	3,6	36	72	8,0	80
<b>Итого</b>								
ИД-1 УК-2 ИД-1 ПК-6 ИД-1 ПК-9	Подготовка к экзамену	Экзамен			36			48

### Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

### Текущий контроль

#### Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
<b>7 семестр</b>			
1.	Собеседование с 1-4 темам	8 нед.	25
2.	Собеседование с 5-9 темам	16 нед.	30
<b>Итого за 7 семестр</b>			<b>55</b>
<b>Итого</b>			<b>55</b>

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	<b>100</b>

Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Рейтинговая система успеваемости для студентов очно-заочной формы обучения не предусмотрена

#### **Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация в форме экзамена предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. В случае если рейтинговый балл студента по дисциплине по итогам семестра равен 60, то программой автоматически добавляется 32 премиальных балла и выставляется оценка «отлично». Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от 20 до 40 ( $20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$ ), оценка меньше 20 баллов считается неудовлетворительной.

*Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе*

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА**

#### **3.1. Указания по организации работы с литературой**

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данной дисциплине.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий дисциплины. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ).

- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- при составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями, которые помогут лучше сориентироваться.
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты.
- в работе с научной литературой следует выработать в себе способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать).

### **3.2. Задания для самостоятельной работы студентов**

**Вид самостоятельной работы студентов:** самостоятельное изучение литературы.

**Итоговый продукт самостоятельной работы:** конспект.

**Средства и технологии оценки:** собеседование.

**Порядок оформления и предоставления:** оформляется в виде конспекта. При составлении конспекта необходимо внимательно прочитать текст. После этого выделить главное, составить план; кратко сформулировать основные положения текста; законспектировать материал, четко следуя пунктам плана. Записи следует вести четко, ясно.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Владение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Конспект предоставляется в рукописном виде на практическом занятии.

**Критерии оценивания:** Оценка «отлично» ставится студенту, если он полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если он дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает ошибки, которые сам же исправляет, и имеются недочеты в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, если студент он незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

## **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ РЕШЕНИЮ ЗАДАНИЙ**

4.1. Методические указания по выполнению разноуровневых и проблемных заданий  
По следующим темам на практических занятиях выполняются разноуровневые и проблемные задания в соответствии с рабочей программой дисциплины. Отдельные задания по этим задачам выполняются студентом самостоятельно.

**Средства и технологии оценки:** отчет о выполнении разноуровневых и проблемных заданий.

#### Задачи репродуктивного уровня

**Тема 5. Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия**

**Тема 6. Конкурентоспособность предприятия: критический анализ теоретического базиса**

#### **Задание 1. Поиск конкурентных преимуществ фирмы**

Выявить конкурентные преимущества конкретного предприятия на рынке. Результаты свести в табл. 1. Сделать выводы.

Таблица 1 – Анализ конкурентных преимуществ фирмы \_\_\_\_\_

Виды конкурентных преимуществ	Анализируемая фирма	Фирма-конкурент 1	Фирма-конкурент 2
1) основанные на географических факторах	-	-	-
2) основанные на экономических факторах			
3) технические (технологические)			
4) основанные на демографических факторах			
5) определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка			
6) конкурентные преимущества структурного характера			
7) определяемые хорошей информированностью			
8) вызванные административными мерами			
9) основанные на нормативно-правовых актах			

#### **Задание 2. Модель пяти сил М. Портера**

Определить влияние факторов, представленных в модели М. Портера, на процесс формирования конкурентных преимуществ конкретного предприятия. Результаты свести в табл. 2. Сделать выводы.

Таблица 2 – Анализ влияния пяти сил модели Портера на фирму \_\_\_\_\_

Фактор	Влияние фактора
1) конкуренция в отрасли со стороны реальных конкурентов	количество реальных конкурентов; доли рынка конкурентов; применяемые конкурентные стратегии; качество продукции конкурентов; материальное положение конкурентов; другое

2) угроза появления новых конкурентов	емкость рынка и ее динамика; эффект жизненного цикла продукта; масштабность производства; уровень затрат на производство; потребность в дополнительных капитальных вложениях; степень дифференциации продукции; предпочтения и преданность потребителей; доступность каналов распределения продукции; уровень развития рыночной инфраструктуры; наличие административных барьеров; перспективность отрасли; другое
3) влияние потребителей продукции	количество потребителей; степень зависимости потребителя от приобретаемого товара; доходность потребителей; степень стандартизации продукции; информированность потребителей о продукции фирмы; степень организации потребителей; скорость изменения вкусов, предпочтений потребителей; возможность самостоятельного производства продукции самим потребителем; другое
4) влияние поставщиков продукции	количество поставщиков; роль поставляемых продуктов в конечном изделии; наличие эффективных заменителей поставляемых продуктов; степень дифференциации поставляемой продукции; степень зависимости фирмы от поставок; другое
5) влияние товаров-заменителей	количество эффективных заменителей производимого товара; объем производства товаров-заменителей; разница в ценах между изделием-оригиналом и товарами-заменителями; другое

**Задание 3. Определение географических границ рынка**

С помощью факторов, представленных в таб. 3, определить географические границы рынка конкретного предприятия. Сделать выводы.

Таблица – Определение географических границ рынка фирмы \_\_\_\_\_

Фактор	Влияние фактора
1) специфика использования товара	-
2) альтернативность предлагаемых на рынках товаров	-
3) стоимость транспортировки товаров до места их использования	-
4) частота покупок товара	-

**Задачи реконструктивного уровня**

**Тема 5. Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия**

## Тема 6. Конкурентоспособность предприятия: критический анализ теоретического базиса

### Задание 1. Формирование списка конкурентов

Сформировать список конкурентов и выявить, какие именно предприятия-конкуренты в наибольшей степени препятствуют реализации целей анализируемого предприятия. Для формирования такого списка использовать различные приемы выбора конкурентов, представленные в табл.

Проранжировать конкурентов в отобранных группах. В качестве критериев ранжирования использовать следующие характеристики: рыночную долю; объем реализации продукции; норму прибыли по интересующим группам изделий; рентабельность производства; бюджет маркетинга. Сделать выводы.

Таблица – Выбор конкурентов фирмы \_\_\_\_\_

Прием выбора конкурентов	Конкуренты	Характеристика конкурента				
		рыночная доля	объем реализации продукции	норма прибыли	рентабельность производства	бюджет маркетинга
1) выбор ближайших конкурентов						
2) выбор более мощных конкурентов						
3) выбор предприятий, обладающих значительной суммарной долей на рынке (>50 %)						
4) выбор всех действующих конкурентов в рамках географических границ рынка						
5) выбор всех возможных конкурентов: - действующие предприятия;  - потенциальные конкуренты						

### **Задание 2. Диагностика целей и намерений конкурентов**

Определить цели и намерения конкурентов. Сделать выводы.

Знание целей и намерений конкурентов позволяет определить степень их удовлетворенности текущей позицией на рынке, а также предвидеть возможные действия по изменению существующей расстановки сил.

Распознавание целей необходимо начинать с изучения целевых установок отдельных производителей (табл.), затем изучить самооценку деятельности конкурента, т. е. мнений и представлений о самом себе и рынке, на котором он действует.

Таблица – Диагностика целей и намерений конкурентов фирмы \_\_\_\_\_

Вопрос	Ответ
<b>ЦЕЛЕВЫЕ УСТАНОВКИ ОТДЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ</b>	

1) намеревается ли конкурент быть лидером рынка (по себестоимости продукции, технологии, ценам) или стремится следовать за лидером?	
2) имеет ли он традиции в реализации каких-либо целей относительно качества, дизайна продукции, типа покупателя, географической границы и т. д?	
3) каковы темпы роста доходов и чем они обеспечены?	
4) какова структура управления предприятием?	
5) единодушно ли персонал принимает решения о будущих направлениях развития или есть сторонники других целей?	
<b>САМООЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНКУРЕНТА</b>	
1) в чем состоят, по мнению конкурента, сильные стороны его деятельности, позиция в сфере себестоимости продукции, качества, технологических достижений?	
2) что думает конкурент о будущем спросе на выпускаемую продукцию и о тенденциях развития рынка?	
3) как определяется иерархия целей и оцениваются возможности ближайших конкурентов?	
4) считает ли конкурент, что на рынке существуют определенные правила бизнеса (использует ли недобросовестную конкуренцию)?	
5) насколько мнение о своей деятельности отражает используемую стратегию конкуренции?	
<b>ФОРМЫ ПРЯМОГО И КОСВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ НАМЕРЕНИЙ КОНКУРЕНТА</b>	
1) заявления о предстоящих изменениях в деятельности предприятия	
2) информирование о действии или его результатах путем изложения фактов, которые должен знать конкурент	
3) публичные мнения о развитии рынка	
4) объяснение собственных действий	
5) внешние проявления маркетинговой политики	
6) действия, противоречащие прежним целям и традициям	

Главными результатами диагностики целей конкурентов необходимо считать:

- аргументированное доказательство опасности или благоприятных возможностей, проявляющихся в результате активизации деятельности конкурентов;
- оценку резерва времени, оставшегося до начала массированных действий конкурентов;
- возможное влияние этих действий на важнейшие экономические показатели деятельности предприятия и его конкурентные преимущества.

### **Задание 3. Расчет емкости рынка**

Определить емкость рынка конкретного товара (Е). Сделать выводы.

Определение емкости рынка и его сегментов необходимы для оценки потенциального или реального объема реализации товаров при сложившейся конъюнктуре рынка.

#### **5. Определение емкости рынка на основе норм потребления.**

Метод используется, как правило, для продовольственных товаров, сырья и расходных материалов.

В случае с продовольственными товарами статистической основой для расчетов служат годовые нормы потребления товара на одного жителя (Н) и общая численность населения ( $Ч_{общ}$ ):

$$E = H * U_{общ} \quad (1)$$

Зная средневзвешенные нормы потребления на 1 чел., напр., пива (15-16 л в год), и численность населения отдельных городов или регионов, можно оценить емкость соответствующих географических рынков.

Чтобы повысить точность определения норм потребления, население обычно разделяют на несколько групп по интенсивности потребления, возрастным группам, территории проживания или иному важному для исследования признаку. Для каждой группы определяются расчетные нормы. При таком подходе формула для расчета емкости рынка имеет следующий вид:

$$E = \sum H_i * U_i, \quad i = 1, \dots, K, \quad (2)$$

где  $H_i$  – годовая норма потребления товара одним представителем из  $i$ -й группы домохозяйств;

$U_i$  – численность населения в  $i$ -й группе;

$K$  – общее количество групп домохозяйств, представляющих исследуемое население.

По основным продуктам питания нормы можно найти в официальных статистических сборниках или в специализированных газетах и журналах («Маркетинг», «Эксперт», «БИКИ» и др.)

При формировании предпочтений потребителей на новые потребительские товары нормы потребления могут быстро меняться. В этих условиях каждое измерение емкости рынка сопряжено с необходимостью специально измерять нормы потребления и количество реальных покупателей. Поэтому для оценки емкости проводят специальные полевые исследования. Их цель – в определении трех величин:

$U_i^n$  – общего количества потенциальных пользователей товара в каждой выделенной группе;

$\partial_i^p$  – доли реальных покупателей среди потенциальных пользователей;

$H_i$  – месячной нормы потребления на одного реального покупателя.

Расчет годовой емкости производится по модифицированной формуле:

$$E = 12 * U_i^n * \partial_i^p * H_i, \quad i = 1, \dots, K \quad (3)$$

б. Определение емкости рынка на основе частоты покупок и стандартных норм расхода товара.

Метод используется для потребительских быстро расходуемых, приобретаемых систематически товаров (напр., зубной пасты, стирального порошка и т. п.):

$$E = 12 * \sum U_i^n * \partial_i^p * C * T_i, \quad i = 1, \dots, K, \quad (4)$$

где  $Ч_{i,n}$  – общее количество потенциальных пользователей товара в каждой выделенной группе;

$\frac{\partial p}{\partial C}$  – доли реальных покупателей среди потенциальных пользователей;

$C$  – объем потребления при одном обращении к данному товару, или, что то же самое, – стандартная разовая норма потребления (напр., 20 г зубной пасты для одной чистки зубов, 150 г стирального порошка для одной стирки и т. п.);

$T_i$  – частота обращения (использования) в месяц.

### 7. Определение емкости рынка на основе суммирования первичных, повторных и дополнительных продаж.

Метод используется для потребительских товаров длительного пользования. В соответствии с логикой построения расчетов всех потребителей товара разделяют на три категории:

$E_{перв}$  – тех, кто впервые приобретает данную продукцию; они формируют рынок первичных продаж;

$E_{повт}$  – тех, кто повторно покупает товар, заменяя старый – повторные продажи;

$E_{доп}$  – тех, кто приобретает товар дополнительно к уже имеющемуся – дополнительные продажи.

Исходя из этого, общий объем реализации можно представить в виде трех слагаемых:

$$E = E_{перв} + E_{повт} + E_{доп}. \quad (5)$$

### 8. Определение емкости рынка на основе коэффициентов приведения объемов продаж.

Метод используется при определении емкости региональных рынков.

$$E = E_0 * K_1 * K_2 * \dots * K_n, \quad K = \frac{\Pi_{p1}}{\Pi_{p0}}, \quad (6)$$

где  $E$  – рассчитываемая (неизвестная) емкость регионального рынка;  $E_0$  – известная емкость одного из региональных рынков;

$K_1, K_2, K_n$  – коэффициенты приведения продаж;  $\Pi_{p1}$  – показатель в сравниваемом регионе;

$\Pi_{p0}$  – показатель в базисном регионе.

## **Задачи творческого уровня**

**Тема 5. Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия**

**Тема 6. Конкурентоспособность предприятия: критический анализ теоретического базиса**

### **Задание 1. Конкурентоспособность предприятия**

С точки зрения результативности деятельности организаций-конкурентов на рынке и завоевания ими там сильных позиций можно выделить следующие основные факторы конкурентоспособности предприятия:

18. Имидж фирмы.

19. Концепция продукта, на которой базируется деятельность фирмы.

20. Качество продуктов, уровень их соответствия мировому уровню (обычно определяется путем опросов, сравнительных тестов или расчетов).
21. Уровень диверсификации производственно-хозяйственной деятельности (видов бизнеса), разнообразие номенклатуры продуктов.
22. Суммарная рыночная доля главных видов бизнеса.
23. Мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, характеризующей возможности по разработке новых продуктов (размер бюджета НИОКР, число сотрудников, оснащенность предметами и средствами труда, эффективность НИОКР).
24. Мощность производственной базы, характеризующей возможности перестраиваться на выпуск новых продуктов и наращивать объемы выпуска освоенных продуктов (число занятых, оснащенность основными фондами, их уровень и эффективность использования, структура издержек, в том числе использование фактора экономии в зависимости от объема и освоенности выпуска).
25. Стабильность финансово-экономического положения.
26. Финансы, как собственные, так и привлекаемые со стороны.
27. Рыночная цена с учетом возможных скидок или наценок.
28. Частота и глубина проводимых маркетинговых исследований, их бюджет.
29. Предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности организаций привлекать и удерживать потребителей за счет более глубокого удовлетворения их потребностей.
30. Эффективность сбыта с точки зрения используемых каналов товародвижения.
31. Уровень стимулирования сбыта (работников сбытовых служб предприятия, торговых организаций и потребителей).
32. Уровень рекламной деятельности.
33. Уровень послепродажного обслуживания.
34. Политика организаций во внешне-предпринимательской среде, характеризующая способность организаций управлять в позитивном плане своими отношениями с государственными и местными властями, общественными организациями, прессой, населением и т.п.

### **Критерии оценивания компетенций**

*Оценка «отлично»* выставляется, если студент решил все рекомендованные задания своевременно и самостоятельно, правильно изложил все варианты их решения с элементами (нестандартного) творческого подхода, аргументировав их, с обязательной ссылкой на конкретный источник, на нормы действующего законодательства.

*Оценка «хорошо»* выставляется, если студент решил не менее 95% рекомендованных заданий своевременно и самостоятельно, правильно изложил все варианты решения с элементами нестандартного (творческого) подхода, аргументировав их, с обязательной ссылкой на конкретный источник, на нормы действующего законодательства.

*Оценка «удовлетворительно»* выставляется, если студент решил не менее 50% рекомендованных заданий, правильно изложил все варианты их решения, аргументировав их, с обязательной ссылкой на конкретный источник, на нормы действующего законодательства.

*Оценка «неудовлетворительно»* выставляется, если студент выполнил менее 50% задания, и/или неверно указал варианты решения.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ**

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий,

четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Тестирование - позволяет оценить знание фактического материала, умение логически мыслить, способность к рефлексии и творчески подходить к решению поставленной задачи.

При проверке знаний, умений, качества овладения компетенциями используются две группы тестов: а) тесты специальных способностей и достижений (задания с несколькими вариантами выбора). в) тесты со свободными ответами (предполагают элементы творчества и личностного самовыражения, проявляют сверх нормативные

#### **Критерии оценивания компетенций**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 90-100% правильных ответов. При этом отражается сформированность компетенций ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 70-89% правильных ответов. При этом отражается сформированность компетенций ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 50-69% правильных ответов. При этом отражается сформированность компетенций ИД-1 УК-2, ИД-1 ПК-6, ИД-1 ПК-9.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 0-49% правильных ответов. При этом компетенции ОПК-2 сформированы не в полном объеме.

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К КРУГЛОМУ СТОЛУ**

«Круглый стол» - современная форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, когда участники, имеющие равные права, высказываются по очереди или в определенном порядке.

«Круглый стол», как форма коллективной дискуссии, широко используется в современном мире, поскольку предоставляет максимальную возможность проводить плодотворные обсуждения, всесторонне рассматривать различные вопросы и вырабатывать совместные решения. Проблемы, обсуждаемые за "круглым столом" могут затрагивать любые социально-значимые проблемы, быть направленными на решение конкретных заданий или предлагать возможные пути развития.

«Круглые столы» характеризуются тем, что:

- проводятся в форме обсуждения одного или нескольких определенных вопросов или проблем;
- обсуждаемый вопрос допускает разные мнения и толкования, а также взаимные возражения участников;
- в результате обсуждения должны быть выявлены точки зрения всех участников на данный вопрос;
- участники имеют равные права и высказываются в определенном порядке.

«Круглый стол» на сегодняшний день один из наиболее популярных жанров организации образовательного, научно-практического или конкурсного мероприятия. Очевидными являются его привлекательные стороны и преимущества: участники имеют определенную свободу и возможность высказывать собственные суждения; мероприятие проходит в достаточно неформальной обстановке, высказаться можно тогда, когда хочется, а не когда подойдет очередь; нет строгой иерархии, жесткого регламента и порядка выступлений.

При организации и проведении «круглого стола» следует обратить внимание на следующее:

- время проведения «круглого стола» не должно превышать двух часов (1 пара);
- количество участников не должно быть очень большим;
- следует предусмотреть, чтобы в распоряжении участников дискуссии были необходимые канцелярские принадлежности, общение было удобным, выступающие имели возможность наглядно продемонстрировать различный материал;
- время выступления и порядок необходимо обговорить с участниками заранее;
- ведущему (преподавателю) необходимо быть очень внимательным, чтобы дать высказаться всем участникам и соблюсти регламент;
- вопросы, предлагаемые для обсуждения, должны быть заранее подготовлены и известны участникам.

Роль ведущего (преподавателя) в проведении «круглого стола» заключается в том, чтобы, находясь в нейтральной позиции по отношению к участникам, продвигать развитие дискуссии, давать возможность каждому изложить свою позицию. Некоторые выступления могут вызвать настолько бурную реакцию, что у участников возникнет желание немедленно обменяться мнением с соседом. В такой ситуации нет смысла пытаться воззвать к порядку и требовать тишины. Более продуктивным будет предоставить несколько минут на обсуждение проблемы.

Для того, чтобы участники чувствовали себя максимально комфортно и уверенно, в начале работы определяются этапы, цели, задачи и основные вопросы, которые необходимо обсудить.

**Тема круглого стола – Тема 3. Конкурентоспособность предприятия в системе рыночных отношений. Тема 4. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий**

**Вид деятельности студентов:** самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов, подготовка сообщения

**Итоговый продукт самостоятельной работы:** доклад

**Средства и технологии оценки:** собеседование

### *Перечень дискуссионных тем для круглого стола*

#### **Базовый уровень**

**Тема 3. Конкурентоспособность предприятия в системе рыночных отношений.**

4. Параметрические характеристики конкурентного преимущества
5. Рыночная модель и конкурентоспособность предприятия
6. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия

**Тема 4. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий**

3. Особенности современной теоретической базы конкурентоспособности

#### 4. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках

### Повышенный уровень

#### Тема 3. Конкурентоспособность предприятия в системе рыночных отношений.

1. Конкуренция в условиях деформированной рыночной среды
2. Основные экономические элементы и показатели функционирования производственных предприятий

3. Диагностика конкурентоспособности предприятия

#### Тема 4. Тема: Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий

1. Апробация динамического метода оценки и анализа конкурентоспособности предприятия

2. Роль антимонопольной политики государства в регулировании рыночных отношений

### 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Изучение дисциплины завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

При подготовке к экзамену необходимо использовать конспекты лекций по дисциплине, учебники и учебные пособия (из списка основной и дополнительной литературы) или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

### Вопросы к экзамену

1. Понятие конкуренции и ее роль в развитии экономики
2. Ценовая и неценовая конкуренция.
3. Барьеры входа на товарный рынок
4. Понятие конкурентоспособности и ее свойства.
5. Параметрические характеристики конкурентного преимущества.
6. Сущность и виды конкуренции предприятия.
7. Концепции конкуренции.
8. Содержание понятия и факторы конкурентоспособности предприятия.
9. Обзор существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия
10. Методика анализа и выявления путей повышения конкурентоспособности предприятия
11. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия
12. Анализ конкурентоспособности предприятия
13. Постановка проблемы
14. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции.

15. Факторы конкурентоспособности предприятия и принципы ее оценки
16. Методы оценки конкурентоспособности предприятия
17. Структура показателей, характеризующих конкурентоспособность товара
18. Концепция менеджмента конкурентоспособности товара
19. Классический подход к разработке конкурентной стратегии
20. Модель стратегического управления издержками предприятия
21. Типология рынков. Рынки с монопольной властью.
22. Доминирующее положение предприятия и экономическая концентрация товарного рынка
23. Пирамида конкурентоспособности субъектов рынка
24. Виды конкурентного преимущества
25. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
26. Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия
27. Оценка конкурентоспособности множества предприятий
28. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом
29. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с отраслевыми показателями
30. Перекрестная оценка конкурентоспособности множества предприятий
31. Конкурентоспособность предприятия по тактическому и стратегическому менеджменту
32. Эконометрический анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятий.
33. Понятие и экономические границы отрасли
34. Методы оценки конкурентоспособности отрасли
35. Оценки конкурентоспособности продукции
36. Методы оценки конкурентоспособности товара
37. Стратегии, основанные на ролевой функции предприятия
38. Стратегии слияний и поглощений

## **СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **1. Основная литература:**

1. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708

2. Малкина, М. Ю. Микроэкономика (продвинутый уровень). Практикум Электронный ресурс / Малкина М. Ю. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 35 с.

### **2. Дополнительная литература:**

1. Романенко, Е. В. Микроэкономика (продвинутый уровень) Электронный ресурс / Романенко Е. В. : учебное пособие. - Омск : СибАДИ, 2020. - 184 с.

2. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : схем., табл., ил. - (Magister). - Библиогр.: с. 281-292. - ISBN 978-5-238-02697-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426601

### **3. Интернет-ресурсы:**

1. <http://smb.gov.ru> – сайт: [федеральный портал малого и среднего предпринимательства](http://smb.gov.ru)

2. <http://www.gks.ru> - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

