Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе по
направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент*
направленность (профиль) программы Менеджмент организации

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Пермский институт (филиал)
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Одобрено
на заседании Учебно-методического совета
Пермского института (филиала)
протокол № 9 от «26» июня 2019 г.
Председатель совета _____ В.Н. Яковлев

Факультет Менеджмента

Кафедра Торгового дела и информационных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для набора 2019 года

Б1.В.ДВ.03.01.04 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Направление подготовки **38.03.02**
МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль) программы
Менеджмент организации

Уровень высшего образования ***Бакалавриат***

Программа подготовки **Прикладной бакалавриат**

Пермь – 2019

Рецензенты:
1. Лунева М.Н., канд. экон. наук, зав. кафедрой экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова
2. Елтышев С.А., директор ООО «Фараон»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» входит в вариативную часть учебного плана и является дисциплиной по выбору.

Цель дисциплины:

Целью дисциплины является общетеоретических и практических основ управления конкурентоспособностью организации, как важнейшей составляющей подготовки менеджера.

Задачи дисциплины:

- формирование представления о конкуренции как необходимом условии обеспечения эффективности функционирования рыночных механизмов с целью максимально возможного удовлетворения интересов потребителей;
- формирование понятий о конкурентоспособности организации, конкурентных преимуществах;
- изучение методов оценки конкурентоспособности организации;
- изучение методологии анализа рынка;
- формирование принципов выбора конкурентной стратегии организации;
- уяснение методов обнаружения и изучения конкурентов.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

Составитель: Писарева Е.В., к.т.н., зав. кафедрой торгового дела и информационных технологий

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Торгового дела и информационных технологий протокол № 10 от «31» августа 2018 г.

Заведующий кафедрой / Писарева Е.В.

Одобрено Учебно-методическим советом института
протокол № 9 от «20» июня 2018 г.

Председатель В.Н. Яковлев

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры Технологии питания и менеджмента,
протокол № 4 от «15» марта 2020 г.

Заведующий кафедрой Е.М. Долгополов

Одобрено УМС Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова,
протокол № 9 от «21» мая 2020 г.

Председатель В.Н. Яковлев

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры Менеджмента и гуманитарных дисциплин,
протокол № 11 от «04» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой И.И. Назипов

Одобрено УМС Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова,
протокол № 9 от «20» июня 2019 г.

Председатель В.Н. Яковлев

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено _____,
протокол № ____ от «____» _____ 201 _ г.

Председатель _____ _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 6
Цель дисциплины: 6
Задачи дисциплины: 6
Место дисциплины в структуре ОПОП ВО 6
Объем дисциплины и виды учебной работы 6
Требования к результатам освоения содержания дисциплины 7
Формы контроля 8
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 9
Тема 4. Изучение потребителей 10
III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 12
IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 12
4.1. Рекомендуемая литература 12
4.2. Перечень информационно-справочных систем: 13
4.3. Перечень электронно-образовательных ресурсов: 13
4.4. Перечень профессиональных баз данных: 13
4.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля): 13
4.6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 14
4.7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 14
Материально-техническое обеспечение дисциплины (разделов) ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 17
VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 19
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы представлен в таблице раздела II. 19
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания представлены в таблице раздела II ив разделе VIII. 19
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 19
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 24
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ 25
Приложение 1 28

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель дисциплины:

Целью дисциплины является общетеоретических и практических основ управления конкурентоспособностью организации, как важнейшей составляющей подготовки менеджера.

Задачи дисциплины:

- формирование представления о конкуренции как необходимом условии обеспечения эффективности функционирования рыночных механизмов с целью максимально возможного удовлетворения интересов потребителей;
- формирование понятий о конкурентоспособности организации, конкурентных преимуществах;
- изучение методов оценки конкурентоспособности организации;
- изучение методологии анализа рынка;
- формирование принципов выбора конкурентной стратегии организации;
- уяснение методов обнаружения и изучения конкурентов.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» входит в вариативную часть учебного плана и является обязательной к изучению.

Дисциплина предназначена для студентов бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Менеджмент организации».

Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатель объема дисциплины	**Всего часов**		
	Очная ф.о.	**Заочная ф.о.**	**Ускоренная на базе СПО или ВО**
Объем дисциплины в зачетных единицах	**4 ЗЕТ**		
Объем дисциплины в часах	**144**		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	**57,35**	**23,35**	**25,35**
Объем аудиторной работы (всего)	**56**	**22**	**22**
в том числе:			
• лекции	**28**	**10**	**10**
• лабораторные занятия			
• практические занятия	**28**	**12**	**14**
Индивидуальные консультации (ИК)			
Контактная работа по пром.аттестации (Катт)			
Консультация перед экзаменом (КЭ)	**1**	**1**	**1**
Контактная работа по	**0,35**	**0,35**	**0,35**

пром.аттестации (Каттэк)			
Самостоятельная работа (всего)	**86,65**	**120,65**	**118,65**
В том числе:			
Самостоятельная работа в семестре (СР)	**52**	**113**	**111**
Самостоятельная работа пер.экз.сессии (Контроль)	**34,65**	**7,65**	**7,65**

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: Б1.Б.10.01 «Теория менеджмента», Б1.Б.10.02 «Теория организации», Б1.Б.11 «Организация предпринимательской деятельности», Б1.Б.15 «Управление проектами».

Изучение дисциплины необходимо для успешной сдачи государственной итоговой аттестации».

Для успешного освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» студент должен

Знать:

– основные экономические понятия и законы экономической теории (ОК-3);

– общую характеристику информационных технологий в профессиональной деятельности и средства их реализации (ОПК-7);

– нормативно-правовую базу профессиональной деятельности (ОПК-1);

– экономические показатели деятельности организаций (ПК-1).

Уметь:

– применять основные законы и положения социальных, экономических, правовых и технологических дисциплин, а также методы математического анализа и моделирования в профессиональной деятельности (ОК-1, ОК-2, ОК-3);

– осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, использовать информационные технологии в профессиональной деятельности (ОПК-7);

– применять действующее законодательство в профессиональной деятельности (ОПК-1);

– определять экономические показатели деятельности коммерческих организаций (ПК-1).

Владеть**:**

– основными понятиями и определениями предшествующих дисциплин, информационными технологиями, нормативно-правовой базой в профессиональной деятельности, а также математическим аппаратом для расчета экономических показателей деятельности организаций (ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-7, ПК-1).

Требования к результатам освоения содержания дисциплины
(Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
В результате освоения компетенции **ПК-3** студент должен:
1. Знать: критерии конкурентоспособности организации; элементы стратегии организации на рынке;
2. Уметь: анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности.

3. Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

вид деятельности: информационно-аналитическая

ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

1. Знать: элементы макроэкономической среды, рыночные и специфические риски.

2. Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски.

3. Владеть: навыками анализа поведения потребителей экономических благ.

Формы контроля

Контроль за освоением дисциплины осуществляется в каждом дисциплинарном разделе отдельно.

Рубежный контроль: индивидуальные задания по отдельным разделам дисциплины.

Промежуточная аттестация в 8 семестре – **экзамен.**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации», осуществляется в соответствии с Приложением 1.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
1.	Тема 1. Характеристика конкуренции, конкурентоспособности и конкурентный преимуществ	Понятие конкуренции. Роль и функции конкуренции в рыночной экономике. Виды конкуренции. Понятие и виды конкурентоспособности. Конкурентоспособность товаров (услуг). Конкурентоспособность организации (предприятия). Конкурентоспособность отрасли. Конкурентоспособность региона. Конкурентоспособность страны. Понятие и классификация конкурентных преимуществ.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** понятие и экономическое содержание конкуренции, ее предпосылки в современной экономике. **Уметь:** оценивать конкурентные преимущества и недостатки, анализировать силу и слабость конкурентов. **Владеть:** навыками проведения оценки конкурентных преимуществ организации с позиции потребителей, партнеров, конкурентов, государства.	Лекция; самостоятельная работа с литературой; подготовка докладов с презентациями и эссе.
2.	Тема 2. Исследование конъюнктуры рынка	Понятие и направления исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Насыщение рынка и доля рынка.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** виды рынков; признаки монополии, олигополии; методы оценки конкурентных позиций. **Уметь:** определять конкурентные позиции организации на рынке. **Владеть:** методами противодействия рыночному доминированию и монополизации рынка.	Лекция; самостоятельная работа с литературой; подготовка докладов с презентациями.

3.	Тема 3. Изучение конкурентов и обнаружение влияния конкуренции	Идентификация и ранжирование конкурентов. Исследование конкуренции на рынке. Обнаружение влияния конкуренции. Анализ конкурентов. Конкурентная разведка. Бенчмаркетинг.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** виды, типы и характер конкурентных действий участников рынка. **Уметь:** планировать ценовые и неценовые конкурентные действия. **Владеть:** информированностью о методах конкурентного шпионажа и контршпионажа; методами наступления на позиции соперников и обороны собственных позиций.	Лекция; самостоятельная работа с литературой; деловая игра.
4.	Тема 4. Изучение потребителей	Типология потребителей и факторы, влияющие на их поведение. Процесс принятия решения о покупке. Сегментация и выбор целевого рынка.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** основные типы потребителей, стили их поведения. **Уметь**: проводить сегментирование рынка. **Владеть**: методами анализа потребителей и их предпочтений; методами выбора целевого рынка.	Лекция; самостоятельная работа с литературой; подготовка презентаций.
5.	Тема 5. Оценка конкурентоспособности	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг. Оценка конкурентоспособности организации. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона, страны.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** критерии конкуренто-способности: отдельной личности, участников рынка, предприятий и организаций, товаров. **Уметь:** оценивать конкуренто-способность субъектов и объектов рыночных отношений. **Владеть:** методами анализа конкурентоспособности организации (SWOT-анализ, PEST-анализ), методами определения уровня качества товаров.	Лекция; самостоятельная работа с литературой; подготовка презентаций.

6.	Тема 6. Выбор конкурентных стратегий в системе стратегического управления организацией	Понятие стратегии и сущность стратегического управления организацией. Понятие, задачи и механизм стратегического управления потенциалом конкурентоспособности организации. Выбор конкурентных стратегий. Виды конкурентных стратегий. Классификация конкурентных стратегий по Л.Г. Раменскому. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру. Стратегии конкуренции на базе определения степени влияния конкуренции. Стратегия аутсорсинга.	ПК-3, ПК-9.	**Знать:** виды конкурентных стратегий организаций. **Уметь:** формировать цели и в соответствии с ними делать выбор стратегии для повышения конкурентоспособности предприятия. **Владеть:** достаточным уровнем информированности для обоснования выбора стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.	Лекция; работа с литературой; подготовка докладов и презентаций; тест

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации», используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

– лекции;

– практические занятия, на которых обсуждаются основные вопросы методики расчета показателей, рассмотренных в лекциях, учебной литературе и раздаточном материале;

– письменные и устные домашние задания;

– самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных работ.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

– интерактивные лекции;

– деловая игра;

– обсуждение подготовленных студентами рефератов с презентациями;

– групповые дискуссии.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Тумин, Валерий Максимович. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с. ISBN 978-5-16-004963-2. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].

2. Быков, Вячеслав Арсеньевич. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 242 с. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].

Нормативно-правовые документы:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).

2. Гражданский кодекс РФ (в ред. от 29.12.2017).

3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действ. ред.).

4. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 N 147-ФЗ (в действ. ред.).

5. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в действ. ред.).

6. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действ. ред.).

Дополнительная литература:

1. Семеркова, Любовь Николаевна. Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем: Моногр. / С.А. Баронин, В.А. Андреев и др.; Под ред. С.А. Баронина - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014-329с.: ISBN 978-5-16-009211-9. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].
2. Парменeнков, Константин Николаевич. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России / К.Н. Парменeнков. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 80 с. ISBN 978-5-16-003694-6. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].
3. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. - 195 с. ISBN 978-5-7996-1098-2.
4. Разумов, Владимир Александрович. Управление качеством: Учебное пособие / В.А. Разумов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 208 с. ISBN 978-5-16-003830-8. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].
5. Квасникова В.А. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. - 184 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-006619- [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].
6. Красюк И.Н. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях / Красюк И.Н., Калугина С.А., Шульдешов А.С. - М.:Дашков и К, 2015. - 172 с.: ISBN 978-5-394-02581-5. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].
7. Николаева М.А. Товарная политика: Учебник для бакалавриата / М.А. Николаева - М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-91768-615-8, 500 экз. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com].

4.2. Перечень информационно-справочных систем:

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс».
2. Справочная и поисковая система «Гарант».

4.3. Перечень электронно-образовательных ресурсов:

http://moodle.rea.perm.ru/

4.4. Перечень профессиональных баз данных:

1. База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - https://www.cfin.ru/rubricator.shtml
2. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - http://ecsocman.hse.ru

4.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. http://council.gov.ru/ – Совет Федерации ФС РФ.
2. http://www.e-rus.ru/ – ФЦП «Электронная Россия».
3. http://www.cfin.ru - Корпоративный менеджмент.
4. http://www.duma.ru – Государственная Дума ФС РФ.
5. http://www.government.gov.ru – Правительство Российской Федерации.
6. http://www.kremlin.ru – Президент РФ.

7. http://www.pravo.eup.ru – «Юридическая электронная библиотека».
8. http://www.rostrud.info - Федеральная служба по труду и занятости.
9. http://www.rsl.ru – Российская Государственная Библиотека.
10. https://www.aup.ru - Электронные книги: менеджмент и управление предприятием.
11. https://www.businessvoc.ru - Бизнес-словарь.
12. https://www.ecsocman.edu.ru - Федеральный образовательный портал – экономика, социология, менеджмент.
13. https://www.e-xecutive.ru - Сообщество менеджеров.
14. https://www.expert.ru - журнал «Эксперт».
15. https://www.glossary.ru - Терминология менеджмента.
16. https://www.hrm.ru - HR Менеджмент.
17. https://www.iteam.ru - Технологии корпоративного управления.
18. https://www.marketing.rbc.ru - Исследования рынков.
19. https://www.mgmt.ru - Маркетинг Менеджмент.
20. https://www.new-management.info - Новый менеджмент.
21. https://www.riskm.ru - журнал «Риск-менеджмент».
22. https://www.rjm.ru - Российский журнал менеджмента.
23. https://www.RomirMonitoring.ru - Маркетинговые исследования.
24. https://www.top-personal.ru - журнал «Управление персоналом».
25. https://www.vedomosti.ru/companies/a-z - Справочник компаний и организаций.

4.6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Программное обеспечение:
Операционная система Microsoft Windows 7, Пакет прикладных программ Microsoft Office: 2010, Visual Studio 2017-2019 community, Acrobat Reader DC, 7-Zip, Notepad ++, Графический редактор GIMP, Inkscape, Электронный справочник 2GiS, Справочная Правовая система «Консультант плюс Эксперт», Электронный справочник "Система Гарант", Браузер: Google Chrome, Mozilla Firefox, MS Internet Explorer, Антивирусная программа Windows defender, Антивирусная программа 360 Total Security.

4.7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема 1. Характеристика конкуренции, конкурентоспособности и конкурентный преимуществ
Литература: О-1; О-2; Д – 1; 2; 3.
Вопросы для самопроверки:

1. Понятие конкуренции.
2. Роль и функции конкуренции в рыночной экономике.
3. Виды конкуренции.
4. Понятие и виды конкурентоспособности.
5. Конкурентоспособность товаров (услуг).
6. Конкурентоспособность организации (предприятия).
7. Конкурентоспособность отрасли.
8. Конкурентоспособность региона.
9. Конкурентоспособность страны.
10. Понятие и классификация конкурентных преимуществ.

Индивидуальное задание:

1. Проработка учебного материала по заданию преподавателя.
2. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.

Тема 2. Исследование конъюнктуры рынка

Литература: О-1; О-2; Д – 1; 2; 3.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие и направления исследования конъюнктуры рынка.
2. Определение емкости рынка.
3. Насыщение рынка и доля рынка.

Индивидуальное задание:

1. Проработка учебного материала по заданию преподавателя.
2. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.

Тема 3. Изучение конкурентов и обнаружение влияния конкуренции

Литература: О – 1; О-2; Д – 1; 2; 3.

Вопросы для самопроверки:

1. Идентификация и ранжирование конкурентов.
2. Исследование конкуренции на рынке.
3. Обнаружение влияния конкуренции.
4. Анализ конкурентов.
5. Конкурентная разведка.
6. Бенчмаркетинг.

Индивидуальное задание:

1. Проработка учебного материала по заданию преподавателя.
2. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.

Тема 4. Изучение потребителей

Литература: О – 1; О-2; Д – 1; 2; 3.

Вопросы для самопроверки:

1. Типология потребителей и факторы, влияющие на их поведение.
2. Процесс принятия решения о покупке.
3. Сегментация и выбор целевого рынка.

Индивидуальное задание:

1. Проработка учебного материала по заданию преподавателя.
2. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.

Тема 5. Оценка конкурентоспособности

Литература: О-1; О-2; Д – 4; 5; 6; 7.

Вопросы для самопроверки:

1. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.
2. Оценка конкурентоспособности организации.
3. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона, страны.

Индивидуальное задание:

1. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.
2. Подготовка к деловой игре.

Тема 6. Выбор конкурентных стратегий в системе стратегического управления организацией

Литература: О – 1; О-2; Д – 1; 2; 3.
Вопросы для самопроверки:

1. Понятие стратегии и сущность стратегического управления организацией.
2. Понятие, задачи и механизм стратегического управления потенциалом конкурентоспособности организации.
3. Выбор конкурентных стратегий.
4. Виды конкурентных стратегий.
5. Классификация конкурентных стратегий по Л.Г. Раменскому.
6. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру.
7. Стратегии конкуренции на базе определения степени влияния конкуренции.
8. Стратегия аутсорсинга.

Индивидуальное задание:

1. Проработка учебного материала по заданию преподавателя.
2. Поиск и обзор научных публикаций в профессиональных журналах.

4.8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (разделов)

Дисциплина обеспечена:

- учебной аудиторией для проведения занятий лекционного типа, оборудованной мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций,
- учебной аудиторией для проведения занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) для групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации студентам;
- помещениями для самостоятельной работы, оснащенной компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченной доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Контактные часы											Самостоятель-ная работа			Формы текущего/ рубежного контроля
		Аудиторные часы						Часы в электронной форме обучения Элек.	Инд. конс. час (ИК)	Конт. часы по промежуточ. аттест. (Катт)	Конс. перед экз. (КЭ)	Контакт. Часы по промежуточ. аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	формы	Часы в семестре	Контроль/ СР в сессию	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего ауд.	в том числе интерактивные										
						формы	часы									
1.	Характеристика конкуренции, конкурентоспособности и конкурентных преимуществ	2	4	-	6	Инт. лекция	2						Лит.,	6		Иссл. проект Колл.
2.	Исследование конъюнктуры рынка	2	4	-	6	Инт. лекция	2						Лит.,	6		Колл.
3.	Изучение конкурентов и обнаружение влияния конкуренции	2	6	-	8	Дел. игра	4						Лит.,	20		Колл.
4.	Изучение потребителей	2	6	-	8	Гр. дис.	2						Лит. ЗНД	20		
5.	Оценка конкурентоспособности	4	8	-	12								Лит.	20		Дел. игра
6.	Выбор конкурентных стратегий в системе стратегического управления организацией	2	8	-	12	Гр. дис.	2						Лит.	20		

Итого 8 сем.:	**28**	**28**		**56**		**12**					**0,35**		**52**		
										1				**34,65**	**экзамен**
Всего по дисциплине	**28**	**28**		**56**		**12**				**1**	**0,35**		**52**	**34,65**	

Принятые сокращения (полный перечень видов работ, в том числе в интерактивных формах содержится в методических указаниях к составлению рабочих программ, приложение 3).

№ п/п	Сокращение	Вид работы
1.	Колл.	Коллоквиум
2.	Дел.игра	Деловая игра
3.	Лит	Работа с литературой
4.	Инт. лекция	Интерактивная лекция
5.	Иссл. проект	Исследовательский проект

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».
(***Фонд оценочных средств хранится на кафедре Торгового дела и информационных технологий)***

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы представлен в таблице раздела II.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания представлены в таблице раздела II и в разделе VIII.

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

Вопросы к экзамену

1. Понятие конкуренции.
2. Роль и функции конкуренции в рыночной экономике.
3. Виды конкуренции.
4. Понятие и виды конкурентоспособности.
5. Конкурентоспособность товаров (услуг).
6. Конкурентоспособность организации (предприятия).
7. Конкурентоспособность отрасли.
8. Конкурентоспособность региона.
9. Конкурентоспособность страны.
10. Понятие и направления исследования конъюнктуры рынка.
11. Определение емкости рынка.
12. Насыщение рынка и доля рынка.
13. Идентификация и ранжирование конкурентов.
14. Исследование конкуренции на рынке.
15. Обнаружение влияния конкуренции.
16. Анализ конкурентов.
17. Конкурентная разведка.
18. Бенчмаркетинг.
19. Типология потребителей и факторы, влияющие на их поведение.
20. Процесс принятия решения о покупке.
21. Сегментация и выбор целевого рынка.
22. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.
23. Оценка конкурентоспособности организации.
24. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона, страны.
25. Понятие стратегии и сущность стратегического управления организацией.
26. Понятие, задачи и механизм стратегического управления потенциалом конкурентоспособности организации.
27. Выбор конкурентных стратегий.
28. Виды конкурентных стратегий.
29. Классификация конкурентных стратегий по Л.Г. Раменскому.
30. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру.
31. Стратегии конкуренции на базе определения степени влияния конкуренции.
32. Стратегия аутсорсинга.

33. Конкурентоспособность организации. SWOT-анализ организации.
34. Захват рынка. Понятие целевого рынка. Сегментирование рынка.

Примеры тестов для контроля знаний

1. Конкуренция - это:
а) система экономических отношений, связанных с обменом товаров и услуг;
б) ситуация, в которой любой желающий что-либо купить или продать может выбирать между различными поставщиками или покупателями;
в) процесс, в ходе которой фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции;
г) обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования.

2. Для какого объекта оценки конкурентоспособности соответствует стратегический уровень менеджмента конкурентоспособности?
а) товар;
б) предприятие;
в) бизнес;
г) национальная экономика.

3. Конкурентоспособность определяется как:
а) система экономических отношений, связанных с обменом товаров и услуг;
б) ситуация, в которой любой желающий что-либо купить или продать может выбирать между различными поставщиками или покупателями;
в) процесс, в ходе которой фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции;
г) обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования.

4. Одной из основных характеристик рынка совершенной конкуренции является:
а) цены определяются рынком;
б) много фирм, производящих сходные товары и услуги;
в) отсутствует товарная дифференциация;
г) существует влияние «ценового лидера».

5. Одной из основных характеристик рынка монополистической конкуренции является:
а) цены определяются рынком;
б) много фирм, производящих сходные товары и услуги;
в) отсутствует товарная дифференциация;
г) существует влияние «ценового лидера».

6. Одной из основных характеристик рынка олигополии является:
а) цены определяются рынком;
б) много фирм, производящих сходные товары и услуги;
в) отсутствует товарная дифференциация;
г) существует влияние «ценового лидера».

7. Определите, в каком из пяти нижеперечисленных вариантов типы структур рынка расположены последовательно от наиболее конкурентного к наименее конкурентному:

8. Конкурентоспособность продукции определятся:
а. качеством продукции;
б. ценой продукции;

в. количеством продукции;

9. Обобщенный критерий конкурентоспособности, это:
А. комплексный критерий конкурентоспособности, по которому принимают решение в результате оценки конкурентоспособности продукции
Б. относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурента

10. Фактор конкурентоспособности, это:
А. комплексный критерий конкурентоспособности, по которому принимают решение в результате оценки конкурентоспособности продукции
Б. непосредственная причина, наличие которой необходимо для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности

Деловая игра

«Формирование и оценка конкурентоспособности товаров региональных производителей»

Цель: формирование знаний и практических навыков по оценке и формированию конкурентоспособности товаров; формирование знаний по проведению конкурсов, как инструментов установления конкурентоспособности товаров

Введение

Данная деловая игра проходит с участием нескольких команд и заключается в теоретическом анализе и практическом решении поставленных в ситуации задач. Применяется в качестве средства активного обучения для освоения процессов принятия решения.
При подготовке к проведению деловой игры создается необходимая мотивация для изучения таких разделов курса как: «Критерии конкурентоспособности товаров и услуг», «Факторы формирования конкурентоспособности товаров», «Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг», «Конкурсы как инструмент установления конкурентоспособности». Важно, что проводя игру в виде регионального этапа конкурса «100 лучших товаров России», студенты привлекают весь накопленный багаж знаний по данной дисциплине. Ситуации деловой игры модулируют реальные условия и проблемы, с которыми встретится будущий товаровед в практической деятельности. Также, при проведении деловой игры особо учитывается региональный аспект дисциплины.

Организация и проведение деловой игры

На подготовительном этапе преподаватель объясняет студентам задание по самостоятельной работе для подготовки к проведению деловой игры в аудитории.
Вопросы и задания:
1. Конкурсы как инструмент установления конкурентоспособности
2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.
3. Макро- и микроэкономические факторы формирования конкурентоспособности товаров и услуг.
4. Сбор информации о товарах народного потребления, производимых в регионе.
5. Сбор информации о региональных производителях товаров народного потребления.
Преподаватель заранее распределяет роли.

1. Конкурсная комиссия, в том числе председатель комиссии и секретарь.
2. Представители предприятий, участников конкурса в номинации продовольственные товары.

3. Представители предприятий, участников конкурса в номинации непродовольственные товары .

Заявка для участия в игре-конкурсе от команд представляется за неделю, производится подбор необходимых материалов, и в это же время группа студентов – членов Конкурсной комиссии готовят бланки документов по образцам (приложения 1-6)

Основная стадия деловой игры проходит на аудиторном занятии.

Моделируется ситуация проведения ежегодного конкурса товаров местных товаропроизводителей «Лучшее из Перми», который проводится в рамках Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России».

Для выявления индивидуальной подготовленности студентов к занятию проводится тестирование.

По итогам Конкурса выявляются лучшие товары по двум номинациям:

продовольственные товары,

промышленные товары для населения.

В пределах каждой из номинаций выделяются отдельные товарные подгруппы.

При получении максимальных экспертных оценок несколькими товарами, представленными одним участником, лучшим товаром признается лишь один товар данного участника по выбору конкурсной комиссии.

Решения конкурсной комиссии оформляются протоколами, которые подписываются председателем комиссии и секретарем.

Для участия в Конкурсе представителям предприятий необходимо подать заявку и представить в конкурсную комиссию следующий пакет документов:

- заявку на участие товара в Конкурсе с указанием наименования юридического лица (Ф.И.О. индивидуального предпринимателя), местонахождения юридического лица (индивидуального предпринимателя), наименования (тип, вид, марка) заявленной продукции. Заявка на участие в Конкурсе оформляется на одну ассортиментную группу конкурсной продукции, выпускаемых по одному нормативному, техническому документу (ГОСТ, ГОСТ Р, стандарты организаций, ОСТ, ТУ и другие),
- паспорт изделия и инструкцию по его применению,
- описание основных потребительских свойств товара с указанием, по возможности, численных значений основных параметров и показателей,
- копии сертификатов соответствия или деклараций о соответствии на продукцию, сертификаты на системы качества предприятия, копии документов контролирующих органов (гигиеническое свидетельство, экологический сертификат и другое),
- сведения о приросте объемов реализации конкурсной продукции в сравнении с предшествующим годом,
- сведения об основных поставщиках и качестве сырья, материалов, комплектующих,
- оптовые цены на заявленную продукцию,
- перечень основных оптовых покупателей,
- отзывы потребителей по качеству товаров,
- текстовой (мультимедийный) блок с информацией о предприятии.

Примечание: пакет документов может быть скорректирован с учетом собранной информации.

Исходя из целей Конкурса, заявленные товары рассматриваются на соответствие следующим требованиям и критериям:

- использование эффективных систем и методов улучшения качества продукции и услуг,
- высокий уровень потребительских свойств качества, экологичности и безопасности конкурсных товаров в сравнении с отечественными и зарубежными аналогами, представленными на потребительском рынке города Перми, с учетом эстетических свойств, дизайна, точности отображения российской и региональной специфики в образе товара.

- преимущественное использование отечественных видов сырья, материалов, комплектующих изделий,
- наличие актуализированной нормативной документации, в том числе стандартов организаций, наличие мер по ресурсо-, энергосбережению при производстве и использовании продукции,
- цены на товары в сравнении с аналогами,
- доступность товаров для потребителей (соотношение цена - качество),
- уровень спроса и предложения на товар,
- отсутствие/наличие претензий к качеству товаров со стороны потребителей, представителей органов государственного контроля и надзора в регионе по показателям безопасности, установленным значениям сроков службы, надежности, гарантиям и другое,
- динамика объемов продаж конкурсных товаров,
- география продаж продукции.

Предполагается также расчет интегрального показателя конкурентоспособности товаров и услуг с учетом экономического показателя и формирование пакета предложений для повышения уровня их конкурентоспособности.

Подведение итогов деловой игры-конкурса

Результаты экспертизы представленных в конкурсную комиссию материалов и образцов товаров, а также глубина проработки материала студентами, отражаются в матрице экспертных оценок. Причины снижения баллов и рекомендации представителям предприятия (подгруппе студентов) оформляются протоколом экспертов, который направляется представителям предприятия-заявителя.

Лучшей считается команда, набравшая большее число баллов. Исходя из суммы баллов, команды распределяются по местам, которые принимаются за их рейтинг. Он учитывается при вынесении индивидуальных оценок участникам игры.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Положение об интерактивных формах обучения (http://www.rea.ru)
Положение об организации самостоятельной работы студентов (http://www.rea.ru)
Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (http://www.rea.ru)
Положение об учебно-исследовательской работе студентов в ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова" (http://www.rea.ru)

вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Контрольная работа / индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Деловая игра	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для участия в деловой игре. Выполнение предварительных заданий преподавателя с целью подготовки. Деление на микрогруппы, работы внутри микрогрупп.

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Формирование балльной оценки по дисциплине
«Управление конкурентоспособностью организации»

В соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
ИТОГО	100

1. Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля в 8 семестре:

Наименование темы, выносимой на контроль	**Форма проведения контроля**	**Количество баллов, максимально**
Тема 1. Характеристика конкуренции, конкурентоспособности и конкурентный преимуществ	Исследовательский проект Коллоквиум	**6** **3**
Тема 2. Исследование конъюнктуры рынка	Коллоквиум	**3**
Тема 3. Изучение конкурентов и обнаружение влияния конкуренции	Коллоквиум	**3**
Тема 5. Оценка конкурентоспособности	Деловая игра	**5**
ИТОГО		**20**

2. Творческий рейтинг

Результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляются в виде следующей таблицы:

Наименование раздела/ темы дисциплины	**Вид работы**	**Количество баллов**

Тема 3. Изучение конкурентов и обнаружение влияния конкуренции	Эссе Выполнение презентаций	**5** **5**
Тема 4. Изучение потребителей	Выполнение презентаций	**5**
Тема 6. Выбор конкурентных стратегий в системе стратегического управления организацией	Выполнение презентаций	**5**
Всего.		**20**

Студент считается допущенным до экзамена при условии, что его рейтинг составляет не менее 30 баллов.

3. Промежуточная аттестация

Зачет по результатам изучения учебной дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» в 8 семестре проводится по билетам, включающим два теоретических вопроса.

Оценка по результатам зачета выставляется по следующим критериям:

- правильный ответ на первый вопрос – 20 б.;
- правильный ответ на второй вопрос – 20 б.

В случае частично правильного ответа на вопрос, студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

100-балльная система оценки	**Традиционная четырехбалльная система оценки**	**Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)**	**Критерии оценивания**
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-3	**Знает верно и в полном объеме:** критерии конкурентоспособности организации; элементы стратегии организации на рынке **Умеет верно и в полном объеме:** анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности **Владеет навыками верно и в полном объеме:** навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации

		ПК-9	**Знает верно и в полном объеме:** элементы макроэкономической среды, рыночные и специфические риски **Умеет верно и в полном объеме:** оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски **Владеет навыками верно и в полном объеме:** навыками анализа поведения потребителей экономических благ
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-3	**Знает с незначительными замечаниями:** критерии конкурентоспособности организации; элементы стратегии организации на рынке **Умеет с незначительными замечаниями:** анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности **Владеет навыками с незначительными замечаниями:** навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации
		ПК-9	**Знает с незначительными замечаниями:** элементы макроэкономической среды, рыночные и специфические риски **Умеет с незначительными замечаниями:** оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски **Владеет навыками с незначительными замечаниями:** навыками анализа поведения потребителей экономических благ
50 – 69 баллов	«удовлетвори-тельно»	ПК-3	**Знает на базовом уровне, с ошибками:** критерии конкурентоспособности организации; элементы стратегии организации на рынке **Умеет на базовом уровне, с ошибками:** анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности **Владеет на базовом уровне, с ошибками:** навыками стратегического анализа,

			разработки и осуществления стратегии организации
		ПК-9	**Знает на базовом уровне, с ошибками:** элементы макроэкономической среды, рыночные и специфические риски **Умеет на базовом уровне, с ошибками:** оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски **Владеет на базовом уровне, с ошибками:** навыками анализа поведения потребителей экономических благ
менее 50 баллов	«неудовлетвори-тельно»	ПК-3	**Не знает на базовом уровне:** критерии конкурентоспособности организации; элементы стратегии организации на рынке **Не умеет на базовом уровне:** анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности **Не владеет на базовом уровне:** навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации
		ПК-9	**Не знает на базовом уровне:** элементы макроэкономической среды, рыночные и специфические риски **Не умеет на базовом уровне:** оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски **Не владеет на базовом уровне:** навыками анализа поведения потребителей экономических благ

Приложение 1

Пример экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Пермский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет Менеджмента
Кафедра Торгового дела и информационных технологий

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
для экзамена по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации»
направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Менеджмент организации»

1. Конкурентоспособность организации. SWOT-анализ организации.	ПК-3, ПК-9.
1. Захват рынка. Понятие целевого рынка. Сегментирование рынка.	ПК-3, ПК-9.

Утверждено на заседании кафедры «___ » _____ 201__ года, протокол № _____

Заведующий кафедрой _____ Е.В. Писарева
(подпись)

(наименование кафедры) (подпись)

Карта обеспеченности дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации»

Кафедра Торгового дела и информационных технологий
ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент организации
Уровень подготовки бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Библиотека ПИ (ф) РЭУ им. Г.В. Плеханова		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел.)[1]	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.)[2]	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС[3]			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Тумин, Валерий Максимович. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - [Электронный ресурс]	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
2	Быков, Вячеслав Арсеньевич. Управление конкурентоспособностью :	М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 242 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1

[1] Контингент студентов приводится при наличии издания в печатном виде; если издание только в ЭБС – контингент студентов не указывается;
[2] При указании печатных экземпляров издания необходимо учитывать требования ФГОС ВО (основная литература – 0,5 экз. на 1 студента, дополнительная литература – 0,25 экз. на 1 студента);
[3] Все перечисленные издания необходимо в первую очередь выбирать из ЭБС;

	учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. [Электронный ресурс]						
Дополнительная литература							
3	Семеркова, Любовь Николаевна. Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем: Моногр. / С.А. Баронин, В.А. Андреев и др.; Под ред. С.А. Баронина - ISBN 978-5-16-009211-9 [Электронный ресурс]	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014-329с.:	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
4	Парменeнков, Константин Николаевич. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России / К.Н. Парменeнков [Электронный ресурс]	М.: ИНФРА-М, 2009. - 80 с. ISBN 978-5-16-003694-6.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
5	Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. - 195 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1

	университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - ISBN 978-5-7996-1098-2. [Электронный ресурс]						
6	Разумов, Владимир Александрович. Управление качеством: Учебное пособие / В.А. Разумов. - ISBN 978-5-16-003830-8. [Электронный ресурс]	М.: ИНФРА-М, 2010. - 208 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
7	Квасникова В.А. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. [Электронный ресурс]	М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. - 184 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
8	Красюк И.Н. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях / Красюк И.Н., Калугина С.А., Шульдешов А.С. - ISBN 978-5-394-02581-5. [Электронный ресурс]	М.: Дашков и К, 2015. - 172 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1
9	Николаева М.А. Товарная политика: Учебник для бакалавриата / М.А.	М.: Норма, НИЦ ИНФРА 2015. - 256 с.	×	Да, ЭБС «Znanium.com»	×	×	1

	Николаева - - 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-91768-615-8. [Электронный ресурс]						

Зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров Мазунина Т.А.
«15» июня 2018 г

Согласовано: зав. библиотекой Любимова Л.Б.
«15» июня 2018 г