


Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой  
Торгового дела и маркетинга  
 Ю.Ю. Сулова  
«27» июня 2018г.  
Торгово-экономический институт

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Торгового дела и маркетинга  
 Ю.Ю. Сулова  
«27» июня 2018г.  
Торгово-экономический институт

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**КОНКУРЕНЦИЯ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ**

Дисциплина Б1.В.ОД. 11 Конкуренция на товарных рынках  
Направление подготовки 38.03.06. Торговое дело  
Направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг» в торговой  
деятельности  
форма обучения очная  
год набора 2018

Красноярск 2018

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе  
38.00.00 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)  
38.03.06 «Торговое дело» Направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг»  
в торговой деятельности

Программу составили Л.В. Юшкова



## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Дать студентам глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки работы по анализу конкуренции и формированию конкурентной стратегии в рыночных условиях, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к реалиям работы современных организаций и оптимизировать их деятельность с учетом последних достижений и передового опыта в области маркетинга.

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

- представление студентам эволюции, современной теории и опыта регулирования конкурентных отношений, формирование умений ее практического использования;

- обучение методам диагностики конкурентной среды и конкурентных отношений на рынке;

- обучение методам определения конкурентоспособности товаров, фирм;

- развитие способностей идентификации проблем конкурентоспособности товаров (фирм) и их решения;

- формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений по проблемам конкурентных отношений на рынке.

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

<b>ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</b>	
знать	- категорийный аппарат и его сущность в области конкуренции; - виды конкурентных стратегий и их место в системе стратегического маркетинга.
уметь	- выбирать способы сбора информации о конкурентах, релевантные планируемой стратегии; - собирать информацию о конкурентах предприятия для корректировки стратегий развития.
владеть	- методиками оценки конкурентоспособности экономических субъектов; - способностью интерпретировать конкурентный анализ в разработку стратегии.
<b>ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</b>	
знать	- цели, принципы и методы интерпретации информации к конкурентной проблематике; - основные методики анализа конкуренции.
уметь	- осуществлять разведочные, дескриптивные и казуальные исследования по проблемам конкуренции;

	-работать с международными базами конкурентоспособности для обоснования конкурентных стратегий.
владеть	-методиками оценки эффективности конкурентной стратегии; -методиками бенчмаркетинга для обоснования конкурентных преимуществ предприятий.

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Курс тесно связан и с блоком общенаучных дисциплин, и с блоком специальных. он базируется на изучении дисциплины “Методы социологических исследований” и “Маркетинговые исследования”, обеспечивает и дополняет изучение следующих предметов: “Управление маркетингом”, “Маркетинговое проектирование”, «Стратегический маркетинг».

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины:

Язык реализации дисциплины Русский

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

#### 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр	
		7	8
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>5 (180)</b>	<b>3 (108)</b>	<b>2 (72)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,56 (56)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>0,56 (20)</b>
занятия лекционного типа	0,78 (28)	0,5 (18)	0,28 (10)
занятия семинарского типа			
в том числе: семинары			
практические занятия	0,78 (28)	0,5 (18)	0,28 (10)
практикумы			
лабораторные работы			
другие виды контактной работы			
в том числе: групповые консультации			
индивидуальные консультации			
иная внеаудиторная контактная работа:			
групповые занятия			
индивидуальные занятия			
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,44 (88)</b>	<b>2 (72)</b>	<b>0,44 (16)</b>
изучение теоретического курса (ТО)			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>		<b>1 (36)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в теорию конкуренции	4	4	0	20	ПК-10 ПК-9
2	Конкурентная среда потребительских рынков	6	6	0	20	ПК-10 ПК-9
3	Конкурентоспособность	8	8	0	32	ПК-10 ПК-9
4	Конкурентные стратегии	10	10	0	16	ПК-10 ПК-9
Всего		28	28	0	88	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Основы теории конкурентных рынков.	2	0	0
2	1	Правовое регулирование конкуренции.	2	0	0
3	2	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	4	0	0
4	2	Анализ деятельности конкурентов.	2	0	0
5	3	Конкурентоспособность товара.	2	0	0
6	3	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	2	0	0
7	3	Конкурентоспособность фирм.	4	0	0
8	4	Формирование стратегии конкуренции	6	0	0
9	4	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	4	0	0
Всего			28	0	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в acad. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Основы теории конкурентных рынков.	2	2	0
2	1	Правовое регулирование конкуренции.	2	2	0
3	2	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	4	2	0
4	2	Анализ деятельности конкурентов.	2	0	0
5	3	Конкурентоспособность товара.	2	0	0
6	3	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	4	0	0
7	3	Конкурентоспособность фирм.	2	0	0
8	4	Формирование стратегии конкуренции	4	2	0
9	4	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	6	2	0
Всего			28	10	0

### 3.4 Лабораторные занятия

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017
Л1.2	Юшкова Л. В., Алешина О. Г., Карпычева О. В.	Конкуренция на товарных рынках: учебно-методический комплекс [для бакалавров напр. подготовки 100700.62 «Торговое дело», профиля 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск: СФУ, 2014

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины  
-Расчетные задачи, кейсы, вопросы к зачету и экзамену

## 5.2 Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету:

1. Понятие, сущность, виды конкуренции.
  2. Ценовая и неценовая конкуренция.
  3. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
  4. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию.
  5. Модели рыночных структур, их характеристика.
  6. Олигополистическая конкуренция.
  7. Монополистическая конкуренция.
  8. Чистая конкуренция.
  9. Чистая монополия.
  10. Естественная монополия: характеристика, структура, регулирование
  11. Система конкурентного законодательства.
  12. Антимонопольное регулирование товарных рынков.
  13. Практика регулирования конкурентных отношений в России.
  14. Практика регулирования конкурентных отношений за рубежом.
  15. Система органов по применению конкурентного законодательства.
- Система ГАК.
16. Понятие, структура конкурентной среды предприятия.
  17. Анализ фирменной структуры товарного рынка.
  18. Диагностика конкурентной среды товарных рынков.
  19. Показатели неравнозначности конкурентов и определение границ монополии через коэффициент Линда.
  20. Факторы формирования конкурентной среды товарных рынков.
  21. Влияние потребителей продукции на интенсивность конкуренции.
  22. Темпы роста рынка и интенсивность конкуренции.
  23. Рентабельность рынков и интенсивность конкуренции.
  24. Цены в конкурентной борьбе.
  25. Ценообразование естественных монополий.
  26. Государственное регулирование цен.
  27. Структура и порядок анализа конкурентов.
  28. Информационное обеспечение анализа конкуренции.
  29. Диагностика целей и намерений конкурентов.
  30. Анализ рыночной доли конкурентов.
  31. Ассортиментная политика конкурентов.
  32. Ценовая политика конкурентов.
  33. Анализ организации сбытовой сети конкурентов и использование методов стимулирования реализации.
  34. Финансовая состоятельность конкурентов.

35. Построение конкурентной карты рынка.

Вопросы к экзамену:

1. Понятие, сущность, виды конкуренции.
2. Ценовая и неценовая конкуренция.
3. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
4. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию.
5. Модели рыночных структур, их характеристика.
6. Олигополистическая конкуренция.
7. Монополистическая конкуренция.
8. Чистая конкуренция.
9. Чистая монополия.
10. Естественная монополия: характеристика, структура, регулирование
11. Система конкурентного законодательства.
12. Антимонопольное регулирование товарных рынков.
13. Практика регулирования конкурентных отношений в России.
14. Практика регулирования конкурентных отношений за рубежом.
15. Система органов по применению конкурентного законодательства.

Система ГАК.

16. Понятие, структура конкурентной среды предприятия.
17. Анализ фирменной структуры товарного рынка.
18. Диагностика конкурентной среды товарных рынков.
19. Показатели неравнозначности конкурентов и определение границ монополии через коэффициент Линда.
20. Факторы формирования конкурентной среды товарных рынков.
21. Влияние потребителей продукции на интенсивность конкуренции.
22. Темпы роста рынка и интенсивность конкуренции.
23. Рентабельность рынков и интенсивность конкуренции.
24. Цены в конкурентной борьбе.
25. Ценообразование естественных монополий.
26. Государственное регулирование цен.
27. Структура и порядок анализа конкурентов.
28. Информационное обеспечение анализа конкуренции.
29. Диагностика целей и намерений конкурентов.
30. Анализ рыночной доли конкурентов.
31. Ассортиментная политика конкурентов.
32. Ценовая политика конкурентов.
33. Анализ организации сбытовой сети конкурентов и использование методов стимулирования реализации.
34. Финансовая состоятельность конкурентов.
35. Построение конкурентной карты рынка.
36. Понятие конкурентоспособности товара, показатели, параметры.
37. Порядок определения конкурентоспособности товара.
38. Метод экспертных оценок, ранжирование вопросов как основа для определения удельного веса единичного интегрального показателя



конкурентоспособности товара.

39. Методы определения конкурентоспособности товара.
40. Интегральный метод определения конкурентоспособности товара.
41. Индекс Буля.
42. Определение конкурентоспособности товара через потребительскую полезность товаров.
43. Качество товара как основа управления конкурентоспособностью продуктов.
44. Методы контроля качества. Системы качества предприятий.
45. Прогнозирование конкурентоспособности товара.
46. Понятие, характеристика конкурентоспособности фирмы.
47. Методы определения конкурентоспособности фирмы.
48. Пути обеспечения конкурентоспособности фирмы.
49. Конкурентоспособность страны: характеристика, методы определения.
50. Виды базовых стратегий конкуренции.
51. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке.
52. Адаптация стратегий к особенностям динамики рынка.
53. Анализ тенденций развития конкурентной ситуации.
54. Новый товар и его роль в обеспечении конкурентного преимущества.
55. Оптимальное размещение предприятий рыночной сферы.
56. Развитие организационных структур управления в условиях усиления конкуренции.
57. Рынок и рыночные ниши
58. Поведение на рынке фирм- гигантов (виолентов)
59. Конкурентные преимущества узкой специализации предприятия (пациенты)
60. Работа с рынками коммутантами и эксплерентами.

### 5.3 Темы письменных работ

Письменные работы по дисциплине не предусмотрены

## **6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
1	Рыжикова Т. Н.	Анализ деятельности конкурентов [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.02	Москва : ИНФРА-М, 2015.

		"Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр")	
2	Архипова Л. С., Гагарина Г. Ю., Архипов А. М.	Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография	Москва: ИНФРА- М, 2015
3	Юшкова Л. В.	Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие для вузов по специальности 080111 "Маркетинг"	Красноярск: КГТЭИ, 2008
4	Юшкова Л. В., Алешина О. Г., Карпычева О. В.	Конкуренция на товарных рынках [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс [для бакалавров напр. подготовки 100700.62 «Торговое дело», профиля 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск : СФУ, 2014
<b>6.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Юшкова Л. В.	Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие для вузов по специальности 080111 "Маркетинг"	Красноярск: КГТЭИ, 2008
Л2.2	Лифиц И. М.	Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров по специальностям "Коммерция" (торговое дело)", "Товароведение", "Маркетинг"	Москва: Юрайт, 2014
Л2.3	Герасимов Б. И., Мозгов Н.Н.	Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие	Москва: Форум, 2014
Л2.4	Фирсенко С. С., Юшкова Л. В.	Конкурентная среда регионального продовольственного рынка: монография	Красноярск: КГТЭИ, 2011
Л2.5	Котлер Ф	Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей [Текст]:	Москва : "Альпина Паблишер", 2015
<b>6.3. Методические разработки</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Суслова Ю. Ю. и др.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017
Л3.2	Юшкова Л. В., Алешина О. Г., Карпычева О. В.	Конкуренция на товарных рынках: учебно-методический комплекс [для бакалавров напр. подготовки 100700.62 «Торговое дело», профиля 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск: СФУ, 2014

**7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети  
«Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Э1	Всемирная торговая организация	<a href="http://www.wto.org">http://www.wto.org</a>
Э2	Центральный Банк РФ	<a href="http://www.cbr.ru">http://www.cbr.ru</a> .
Э3	УФАС	<a href="https://fas.gov.ru/">https://fas.gov.ru/</a>

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Самостоятельная работа бакалавров регламентируется графиком учебного процесса

Учебным планом предусмотрено 180 часов / 5 зачетных единиц  
в т. ч. самостоятельная работа: 88 часов / 2,4 зачетные единицы  
из них 36 часов – на изучение теоретического материала;  
52 часа – на решение задач и подготовку расчетных работ;

Для самостоятельной работы по перечисленным темам необходимо изучить приведенные по разделам учебно-методические материалы по дисциплине. Осуществляется как промежуточный контроль самостоятельной работы студента (на практических занятиях по соответствующим темам), так и итоговый тест, результаты которого будут учитываться при проведении зачета.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Программный пакет Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint.
-------	---

### **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

9.2.1	1. <a href="http://roscongress.vcongress.ru/">http://roscongress.vcongress.ru/</a>
-------	--

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

	Лекционные и практические занятия по дисциплине проводятся в специализированных аудиториях, оборудованных наглядными материалами по основным проблемным моментам изучаемого курса.
	В процессе преподавания дисциплины используются электронно-технические средства, позволяющие проводить презентации изучаемого материала; плакаты – иллюстративные материалы; презентации по курсу выставлены в локальной электронной сети института, в библиотеке.
	Для проведения практических занятий используются мультимедийное оборудование и программный пакет Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel.
	Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.