

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

СОГЛАСОВАНО
/Заведующий кафедрой
Экономики и планирования
 Ю.Л. Александров
«12» декабря 2017 г
Торгово-экономический институт

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга
 Ю.Ю. Сулова
«12» декабря 2017 г
Торгово-экономический институт

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНЦИЕЙ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.2 Управление конкуренцией

Направление подготовки 38.03.01. Экономика

Профиль 38.03.01.10.09. «Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)»

Форма обучения очная

Год набора 2015

Красноярск 2017

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе
38.00.00 Экономика и управление

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль 38.03.01.10.09
«Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)».

Программу составили к.э.п., доцент Юшкова Л.В.



1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения дисциплины: формирование теоретических знаний, практических умений и навыков 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

Задачами изучения дисциплины являются:

- 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

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	
Уровень 1	знать: категоричный аппарат и его сущность в области управления конкуренцией
Уровень 1	уметь: собирать информацию о конкурентах предприятия для корректировки стратегий развития
Уровень 1	владеть: методиками оценки конкурентоспособности экономических субъектов
ПК-5: способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	
Уровень 1	знать: источники получения маркетинговой информации о конкурентах
Уровень 1	уметь: работать с международными базами конкурентоспособности для обоснования конкурентных стратегий

Уровень 1	владеть: методиками бенчмаркинга для принятия управленческих решений
ПК-6: способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	
Уровень 1	знать: виды и способы достижения конкурентных преимуществ
Уровень 1	уметь: осуществлять анализ конкурентной среды предприятия и рынка
Уровень 1	владеть: методиками исследования конкуренции на рынках

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление конкуренцией» относится к вариативной части учебного плана направления подготовки 38.03.01 Экономика (профиль 38.03.01.10.09 Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг) и является дисциплиной по выбору (Б1.В.ДВ.12.2).

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении

- Микроэкономика
- Маркетинг
- Макроэкономика
- Маркетинговые исследования в торговле
- Исследования потребительского рынка
- Менеджмент
- научно-исследовательская работа
- Экономика предприятия
- Экономика торгового предприятия

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
		8
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	1 (36)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,5 (18)	0,5 (18)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1 (36)	1 (36)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

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	Тема 1. Основы теории конкурентных рынков	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
2	Тема 2. Правовое регулирование конкуренции	2	2	0	4	ОК-3
3	Тема 3. Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
4	Тема 4. Анализ деятельности конкурентов	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
5	Тема 5. Конкурентоспособность товара	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
6	Тема 6. Методические основы определения конкурентоспособности	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
7	Тема 7. Конкурентоспособность фирм	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
8	Тема 8. Формирование стратегии конкуренции	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6

9	Тема 9. Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества	2	2	0	4	ОК-3 ПК-5 ПК-6
Всего		18	18	0	36	

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	2	Правовое регулирование конкуренции	2	0	0
3	3	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях	2	0	0
4	4	Анализ деятельности конкурентов	2	0	0
5	5	Конкурентоспособность товара	2	0	0
6	6	Методические основы определения конкурентоспособности	2	0	0
7	7	Конкурентоспособность фирм	2	0	0
8	8	Формирование стратегии конкуренции	2	0	0
9	9	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества	2	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского 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	2	Правовое регулирование конкуренции	2	0	0
3	3	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях	2	0	0
4	4	Анализ деятельности конкурентов	2	0	0
5	5	Конкурентоспособность товара	2	0	0
6	6	Методические основы определения конкурентоспособности	2	0	0
7	7	Конкурентоспособность фирм	2	0	0
8	8	Формирование стратегии конкуренции	2	0	0
9	9	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества	2	0	0
Всего			18	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Юшкова Л. В., Щербенко Е. С., Сулова Ю. Ю.	Маркетинговые исследования: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело», профиль 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск: СФУ, 2014
Л1.2	Филимоненко И.В	Маркетинговые исследования: методология и анализ: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.04.02.06 - Маркетинг]	Красноярск: СФУ, 2017

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1 Перечень видов оценочных средств

Оценочными средствами выступают ситуационные задачи, тесты, вопросы к зачету.

Оценочные средства и критерии оценивания представлены в фонде оценочных средств в приложении к рабочей программе.

5.2 Контрольные вопросы и задания

Промежуточной формой контроля является зачет, который проводится в устной или письменной форме.

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.
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
 не предусмотрено

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

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Юшкова Л. В.	Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие для вузов по специальности 080111 "Маркетинг"	Красноярск: КГТЭИ, 2008
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
Л1.3	Архипова Л. С., Гагарина Г. Ю., Архипов А. М.	Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017
Л1.4	Рыжикова Т. Н.	Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Котлер Ф.	Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей: научное издание	Москва: "Альпина Паблишер", 2015
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Юшкова Л. В., Щербенко Е. С., Суслова Ю. Ю.	Маркетинговые исследования: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело», профиль 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск: СФУ, 2014

ЛЗ.2	Филимоненко И.В	Маркетинговые исследования: методология и анализ: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.04.02.06 - Маркетинг]	Красноярск: СФУ, 2017
------	-----------------	--	-----------------------

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

Э1	Всемирная торговая организация	http://www.wto.org
Э2	Центральный банк РФ	http://www.cbr.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа бакалавров регламентируется графиком учебного процесса. Учебным планом предусмотрено 72 часа / 2 зачетных единицы, в т. ч. самостоятельная работа: 36 часов / 1 зачетные единицы, из них 18 часов – на изучение теоретического материала; 18 часов – на подготовку и решение ситуационных задач.

Для самостоятельной работы по основным темам дисциплины необходимо изучить приведенные по разделам учебно-методические материалы. Осуществляется как промежуточный контроль самостоятельной работы студента (текущие контрольные работы по 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	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертфикат 45676576 от 02.07.2009, бессрчный;
9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертфикат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	Антивирус ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users - Лиц сертификат EAV-0220436634 от 19.04.2018
9.1.4	Антивирус Kaspersky Endpoint Security – Лиц сертификат 13С8-180426-082419-020-1508 от 26.04.2018;
9.1.5	FireFox (Интернет – браузер)
9.1.6	7zip (Архиватор)

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
9.2.2	Библиотека учебной и научной литературы: http://www.i-u.ru/biblio

9.2.3	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru
9.2.4	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.5	Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook.com
9.2.6	Новости и технологии торгового бизнеса: http://www.torgrus.ru
9.2.7	Российская торговля: http://www.rtpress.ru
9.2.8	РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера): http://www.rbc.ru

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

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.