

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Оценка конкурентоспособности бизнеса»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень прикладного бакалавриата)

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 5 з.е. (180 часов)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;
- ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- 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;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Оценка конкурентоспособности бизнеса» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 7.

Объем дисциплины в семестре – 2 з.е. (72 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет

1. Теоретические основы и понятие конкуренции и конкурентоспособности. Общие положения, определение, показатели оценки конкурентоспособности.

Основные подходы к определению конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности и направления повышения конкурентоспособности через выявление влияющих факторов. Группы показателей оценки конкурентоспособности. Понятие конкуренции и ее роль в развитии экономики (теоретико-методологические основы). Конкуренция как экономическая категория, как внутреннее свойство человека, присущее ему по натуре. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью. Концепции и подходы в теории конкуренции в процессе развития рынка..

2. Конкурентный потенциал предприятия в обеспечении его конкурентоспособности, ценовая и неценовая конкуренция. Использование цены в качестве инструмента конкурентной борьбы .

Конкурентный потенциал предприятия и его составляющие элементы. Классификация резервов конкурентоспособности предприятия. Понятие ценовой конкуренции. Механизм ценовой конкуренции, прямая и скрытая ценовая конкуренции компании. Понятие неценовой конкуренции, понятие конкуренции по продукту, конкуренция, основанная на повышении качества, конкуренция по условиям продаж. Основные формы неценовой конкуренции: дифференциация продукта; улучшение качественных и потребительских параметров товара; реклама.

Реклама как способ ведения конкурентной борьбы. Подходы к осуществлению рекламной деятельности: антиконкурентный, проконкурентный.

Навыки стратегического анализа..

3. Типология рынков, модели конкурентных рыночных структур. Рынки с монопольной властью , их модели и характеристики. Характеристика рынка совершенной конкуренции, его основные черты. Основные характеристики модели чистой монополии , типы монополий, монополии как барьеры входа на рынок, сферы деятельности естественных монополий в России в соответствии с действующим законодательством. Рынок монополистической конкуренции, дифференциация продукции и ее влияние на рыночные цены. Рынок олигополии и его характеристики, ценовая война, чистая и однородная монополия, дифференцированная олигополия. Олигополистическое взаимодействие, кооперативная стратегия и некооперативная

стратегия как способ реализации олигополистического взаимодействия. Оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций..

4. Доминирующее положение предприятия и экономическая концентрация товарного рынка. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта, понятие, Закон РФ «О защите конкуренции», оценка концентрации производства по показателям: коэффициент концентрации, индекс концентрации Герфиндаля – Гиршмана, умеренно-, высоко- и низко-концентрированный товарный рынок. Коэффициент Линда, коэффициент Лернера. Барьеры входа на товарный рынок, структурные барьеры, поведенческие барьеры, экономические и организационные ограничения, барьеры, связанные с эффектом масштаба, неразвитость рыночной инфраструктуры, барьеры, основанные на абсолютном превосходстве в уровне затрат, экологические ограничения, ограничения по спросу, барьеры капитальных затрат, необходимых для входа на товарный рынок. Новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

понятие

Конкурентоспособные системы управления предприятием и факторы ее определяющие. Принципы формирования конкурентоспособных систем управления предприятием.

Модели конкурентоспособных систем управления предприятием.

Функциональный механизм конкурентоспособной системы управления предприятием. Стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности..

5. Государственное регулирование конкурентных отношений. Специальная политика поддержки конкуренции и регулирование деятельности монополий. Потери аллокационной эффективности. Потери производственной эффективности. Потери динамической эффективности. Политика внедрения конкуренции в отрасли естественных монополий. Ограничение конкуренции со стороны государства, антимонопольное регулирование. Антимонопольные законы, антиконкурентная практика федеральных органов исполнительной власти. Государственная антимонопольная политика и государственный антимонопольный контроль за экономической концентрацией на товарных и финансовых рынках, экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности...

6. Промышленная политика как фактор конкурентоспособности экономики. Формирование структурнобалансированной конкурентоспособной экономики и высокотехнологичного интеллектуального ядра промышленного производства. Внешнеэкономическая, региональная, антимонопольная, экологическая, социальная политика.

Альтернативные модели промышленной политики: дирижистская модель – «жесткая» модель; либеральная модель – «мягкая» модель. Создание и развитие приоритетных отраслей экономики.

Прямые и косвенные методы государственного регулирования промышленной политики.

Основные типы промышленной политики.

Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций..

7. Конкурентная стратегия предприятия. Классический подход к разработке конкурентной стратегий. Успешные базовые стратегические подходы. Абсолютное лидерство в издержках. Дифференциация. Фокусирование. Модель стратегического управления издержками предприятия. Стратегии, основанные на ролевой функции предприятия. Стратегии слияний и поглощений. Оценка различных видов нематериальных ресурсов в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Рыночные и специфические риски..

8. Персонал в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Роль персонала в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Взаимосвязь элементов мотивационных процессов. Проблема влияния качеств человека на производительность труда.

Понятие «потенциал человека», «трудовой потенциал», «человеческий капитал», «рабочая сила» и рассмотреть их соотношения и взаимосвязь. Понятие личности как объект и субъект управления в деятельности предприятия.

Методы оценки конкурентоспособности персонала. Роль и значение в обеспечении конкурентоспособности предприятия принципов и методов управления персоналом, проведение стратегического анализа..

Форма обучения очная. Семестр 8.

Объем дисциплины в семестре – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен

9. Конкурентная среда предприятия. Характеристика конкурентной среды предприятия. Структура конкурентной среды.

Диагностика факторов конкурентной среды: государственная политика в области регулирования конкуренции, возможности появления новых конкурентов, влияние потребителей продукции на интенсивность конкуренции, влияние поставщиков на интенсивность конкуренции, угрозы со стороны товаров-заменителей.

Оценка интенсивности конкуренции. Тенденции развития конкурентных ситуаций.

Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках в Российской Федерации.

способность 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.

10. Конкурентный анализ. Структура конкурентного анализа. Диагностика целей и намерений конкурентов.

Структура анализа рыночной доли конкурентов.

Приемы и методы реализации товарной политики конкурентов, динамика цен конкурентов, организация сбытовой сети и используемых средств стимулирования реализации продукции.

Содержание и принципы построения конкурентной карты рынка.

способность 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.

11. Формирование конкурентной стратегии на предприятии. Роль и значение конкурентной стратегии предприятия в обеспечении его конкурентоспособности. Классификация конкурентных стратегий предприятия.

Необходимость и целесообразность исследования конкурентных преимуществ предприятия при формировании конкурентной стратегии предприятия.

Методические подходы к формированию конкурентных стратегий предприятия. Механизм формирования конкурентной стратегии предприятия.

Возможность реализации конкурентной стратегии в функциональных стратегиях предприятия.

Роль и задачи менеджера по формированию и реализации стратегии предприятия.

владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; тестирование.

12. Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Сравнимые предприятия-конкуренты, факторы конкурентоспособности предприятия, «фактор среды», операционная эффективность и стратегическое позиционирование. Основные группы факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности предприятия. Система методических положений: принципы. Новые рыночные возможности и формирование новых бизнес-моделей.

13. Методики определения конкурентоспособности организации. Конкурентный статус предприятия, понятие, конкурентная позиция, конкурентные преимущества.

Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия, сравнительного анализа устойчивости предприятия, маркетинговые подходы к оценке конкурентоспособности, доля предприятия на рынке.

Методики определения конкурентоспособности: SWOT-анализ, оценка конкурентоспособности предприятия на базе 4P, рейтинговая оценка, матричная оценка, метод оценки Grandars.ru, многоугольник конкурентоспособности, метод Криворотова В.В., использование метода Воронова Д.С.

необходимость оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности..

14. Экономическая безопасность предприятия. Понятие экономической безопасности предприятия. Необходимость обеспечения экономической безопасности предприятия для сохранения его конкурентного потенциала и обеспечения конкурентоспособности.

Необходимость защиты коммерческой тайны для обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Проблемы безопасности в работе с кадрами. Роль персонала в обеспечении безопасности предприятия.

способность 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;

способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели..

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Директор ИЭиУ

О.Г. Кузьмина

И.Н. Сычева