

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Оценка конкурентоспособности бизнеса»

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

**Направленность (профиль):** Управление малым бизнесом

**Общий объем дисциплины** – 7 з.е. (252 часов)

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ПК-9.1: Анализирует внешнюю и внутреннюю среды организации;
- ПК-9.2: Применяет инструменты стратегического анализа и планирования;
- ПК-9.3: Разрабатывает стратегию организации, направленную на обеспечение ее конкурентоспособности;

**Содержание дисциплины:**

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

**Форма обучения очная. Семестр 7.**

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

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет

**1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности.** Конкуренция: понятие, сущность и движущие силы. Система управления организацией: структура и содержание. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью. Принятие решений в системе управления конкурентоспособностью организации, возможность оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности. Анализ рыночных возможностей и и оценка условия осуществления предпринимательской деятельности..

**2. Конкурентный потенциал предприятия в обеспечении его конкурентоспособности.** Сущность конкурентоспособности предприятия. Взаимосвязь и взаимозависимость понятий конкурентоспособность продукции, товара, предприятия (фирмы), отрасли, страны. внешние и внутренние факторы конкурентоспособности предприятия.

Конкурентный потенциал предприятия и его составляющие элементы. Классификация резервов конкурентоспособности предприятия. Система показателей оценки конкурентоспособности предприятия, инструменты стратегического анализа и планирования.

Анализ конкурентных возможностей предприятия. Методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Этапы проведения самооценки предприятий для участия в конкурсах на получение национальных, региональных и отраслевых премий по качеству . Применение инструментов стратегического анализа и планирования..

**3. 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. Инструменты стратегического анализа и планирования.

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

Навыки стратегического анализа..

**4. 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. Стратегия организации, направленная на обеспечение ее конкурентоспособности..

**5. 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 Герфиндала – 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..

**6. 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. Анализ рыночных возможностей и оценка условий осуществления предпринимательской деятельности..

**7. 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 рыночных возможностей и оценка условий осуществления предпринимательской деятельности..

**8. Конкурентная стратегия предприятия.** Разработка стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

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. Анализ внешней и внутренней среды организации..

**9. 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. Применение инструментов стратегического анализа и планирования..

**Форма обучения очная. Семестр 8.**

**Объем дисциплины в семестре – 4 з.е. (144 часов)**

**Форма промежуточной аттестации – Экзамен**

**10. 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.

Анализ рыночных возможностей и оценка условия осуществления предпринимательской деятельности..

**11. 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.

Анализ внешней и внутренней среды организации..

**12. 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..

**13. 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.

Анализ рыночных возможностей и оценка условия осуществления предпринимательской деятельности..

**14. 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. Анализ рыночных возможностей и умение оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности.

**15. 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.  
Инструменты стратегического анализа и планирования..

Разработал:  
доцент  
кафедры М

О.Г. Кузьмина

Проверил:  
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева