

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана экономического факультета

д.э.н., профессор Кусакина О. Н. _____

«20» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.11 «Конкурентный анализ»

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Маркетинг

Наименование профиля подготовки

Бакалавр

Квалификация выпускника

Очная, очно-заочная

Формы обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины Б1.В.11 «Конкурентный анализ» выступает формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение знаниями, умениями и навыками области теории конкуренции, механизма регулирования рыночной экономики, методов конкурентного анализа, стратегий конкурентной борьбы, ознакомление с общими принципами формирования систем оценки конкурентоспособности организации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код(ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК - 1 Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Знания: теоретических основ проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации
		Умения: проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации
		Навыки: проведения исследований и анализа маркетинговой среды организации
	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Знания: теоретических основ проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет
		Умения: анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет
		Навыки: анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.11 «Конкурентный анализ» в соответствии с учебным планом входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения в 6 семестре;
- для студентов очно-заочной формы обучения в 6 семестре.

Для освоения дисциплины Б1.В.11 «Конкурентный анализ» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин 1-5 семестров:

- Конкуренция и конкурентоспособность
- Теория конкуренции
- Маркетинговая политика
- Теория управления
- Правовое обеспечение финансово-хозяйственной деятельности организации
- Теория управления
- Экономическая диагностика и оценка деятельности организации
- Анализ данных

Освоение дисциплины Б1.В.11 «Конкурентный анализ» является необходимой основой для последующего для последующего изучения следующих дисциплин:

- Управление конкурентоспособностью организации
- Стратегический маркетинг
- Научно-исследовательская работа
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Преддипломная практика
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.11 «Конкурентный анализ» в соответствии с рабочим учебным планом составляет 108 часов (3 з.е.). Распределение по видам работ представлено в таблицах.

Очная форма обучения

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самосто- ятельная работа, час	Кон- троль, час	Форма проме- жуточной атте- стации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лаборатор- ные занятия			
6	3	18	36	-	54	-	зачет
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6	-	-	-	-
практической подго- товки (при наличии)		18	36	-	54	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
		-	-	0,12	-	-	-

Очно-заочная форма обучения

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самосто- ятельная работа, час	Кон- троль, час	Форма проме- жуточной атте- стации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лаборатор- ные занятия			
6	4	12	22	-	74	-	зачет
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6	-	-	-	-
практической подго- товки (при наличии)		12	22	-	74	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
		-	-	0,12	-	-	-

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ	9	2	2	-	5	Собеседование, тестирование	Перечень вопросов, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
2	Виды конкурентных стратегий организации	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
3	Понятие конкурентного анализа и его этапы	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	7	-	1	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
4	Методы конкурентного анализа	11	2	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
5	Анализ отрасли и конкурентной ситуации	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
6	Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет	11	2	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	5	-	1	-	4	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
7	Модели конкурентного позиционирования	13	4	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
8	Управление конкурентоспособностью организации	11	2	4	-	5	Тестирование, деловая игра	Тестовые задания, рекомендации по проведению деловой игры	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 3 по темам 7-8	5	-	1	-	4	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	Зачет	Перечень вопросов к зачету	ПК-1.1 ПК-1.2
	Итого	108	18	36	-	54			

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ	12	2	2	-	6	Собеседование, тестирование	Перечень вопросов, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
2	Виды конкурентных стратегий организации	10	2	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
3	Понятие конкурентного анализа и его этапы	10	2	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	8	-	2	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
4	Методы конкурентного анализа	10	2	2	-	6	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
5	Анализ отрасли и конкурентной ситуации	10	2	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
6	Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет	10	2	2	-	6	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	8	-	2	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
7	Модели конкурентного позиционирования	12	2	2	-	6	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	ПК-1.1 ПК-1.2
8	Управление конкурентоспособностью организации	10	-	2	-	6	Тестирование, деловая игра	Тестовые задания, рекомендации по проведению деловой игры	ПК-1.1 ПК-1.2
	Контрольная точка № 3 по темам 7-8	8	-	2	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	зачет	Перечень вопросов и задач к зачету	ПК-1.1 ПК-1.2
	Итого	108	12	22	-	74			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1. Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ (проблемная видео-лекция) / (практическая подготовка)	Понятие и сущность управление конкурентоспособностью, цели и задачи управления конкурентоспособностью. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия и сущность. Роль конкуренции в рыночной экономике. Определение конкуренции. Подходы к пониманию конкуренции.	2/2/2	2/2/2
2. Виды конкурентных стратегий организации (практическая подготовка)	Базовые стратегии конкуренции. Пять базовых стратегий конкуренции. Выбор базовых стратегий. Матрица конкурентных преимуществ М. Портера. Стратегии низких издержек. Конкурентное преимущество по издержкам. Стратегии дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Сфокусированные (нишевые) стратегии. Применение сфокусированных стратегий. Стратегии быстрого реагирования на изменения во внешней среде и стратегии инноваций. Чистые конкурентные стратегии. Оборонительные и наступательные стратегии	2/-/2	2/-/2
3. Понятие конкурентного анализа и его этапы (практическая подготовка)	Сущность и основные принципы проведения конкурентного анализа предприятия. Разработка концепции проведения маркетингового исследования в области конкурентного анализа. Формирование списка конкурентов. Выбор источников и сбор сведений о конкурентах. Анализ информации о конкурентах. Формирование отчета	2/-/2	1/-/1
4. Методы конкурентного анализа (практическая подготовка)	SPACE исследование. SWOT-анализ. PEST-анализ. Метод ФАС. Исследование конкурентов, основанное на теории Майкла Портера.	2/-/2	2/-/2
5. Анализ отрасли и конкурентной ситуации (практическая подготовка)	Оценка общей ситуации и конкурентных условий отрасли. Основные экономические характеристики отрасли. Формы и интенсивность	2/-/2	1/-/1

	конкуренции. Причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде.		
6. Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет (<i>практическая подготовка</i>)	Конкурентный анализ в интернет-маркетинге. Анализ сайтов конкурентов. Анализ семантического ядра конкурентов. Анализ контекстной рекламы конкурентов (на поиске). Анализ социальных сетей конкурентов. Анализ информационного поля.	2/-/2	1/-/1
7. Модели конкурентного позиционирования (<i>проблемная лекция-дискуссия</i>) /(<i>практическая подготовка</i>)	Значение конкурентного позиционирования в анализе конкуренции. Процедура конкурентного позиционирования. Модель «Рядом с конкурентом». Модель «В стороне от конкурента». Построение карты позиционирования продукта. Построение карты восприятия.	4/2/2	2/2/2
8. Управление конкурентоспособностью организации (<i>практическая подготовка</i>)	Система и механизм управления конкурентоспособностью организации. Принципы управления конкурентоспособностью. Организационная структура системы управления конкурентоспособностью. Концепция повышения уровня конкурентоспособности. Японская концепция управления конкурентоспособностью.	2/-/2	1/-/1
Итого		18/4/18	12/4/12

5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме*

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1. Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ	<u>Практическое занятие</u> <i>Классификация конкурентных преимуществ организаций различных форм собственности и отраслевой принадлежности (решение ситуационных задач (работа в малых группах) /решение кейсов на примерах отечественных предприятий) / (практическая подготовка)</i>	4/2/4	2/2/2
2. Виды конкурентных стра-	<u>Практическое занятие.</u>	4/2/4	2/2/2

тегий организации	Сравнительный анализ конкурентных стратегий <i>(решение ситуационных задач (работа в малых группах) / решение кейсов на примерах отечественных предприятий) / (практическая подготовка)</i>		
3. Понятие конкурентного анализа и его этапы	<u>Практическое занятие</u> Разработка детализированного плана проведения конкурентного анализа для действующей организации <i>(работа с цифровым планировщиком в малых группах) / (практическая подготовка)</i>	4/-/4	2/-/2
Контрольная точка № 1 по темам 1-3	Тестирование	2/-/2	2/-/2
4. Методы конкурентного анализа	<u>Практическое занятие</u> Апробация методов конкурентного анализа на практических примерах: SPACE исследование. SWOT-анализ. PEST-анализ. Метод ФАС <i>(решение кейсов на примерах отечественных предприятий) / (практическая подготовка)</i>	4/-/4	2/-/2
5. Анализ отрасли и конкурентной ситуации	<u>Практическое занятие</u> Проведение отраслевого анализа для действующего предприятия <i>(решение ситуационных задач (работа в малых группах) / работа с индивидуальными практикоориентированными кейсами) / (практическая подготовка)</i>	4/2/4	2/2/2
6. Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет	<u>Практическое занятие</u> Анализ конкурентов для действующего предприятия в сети Интернет (анализ сайтов, страниц в социальных сетях, информационного поля) <i>(работа с цифровыми сервисами и инструментами) / (практическая подготовка)</i>	4/-/4	2/-/2
Контрольная точка № 2 по темам 4-6		2/-/2	2/-/-
7. Модели конкурентного позиционирования	<u>Практическое занятие</u> Построение карты позиционирования продукта и карты восприятия <i>(решение ситуационных задач (работа в малых группах)) / (практическая подготовка)</i>	2/-/2	2/-/2
8. Управление конкурентоспособностью организации	<u>Практическое занятие</u> Формирование конкурентной стратегии действующего предприятия <i>(деловая игра «Конкурентная стратегия развития бизнеса: конфликты и компромиссы») / (практическая подготовка)</i>	4/-/4	2/-/2
Контрольная точка № 3 по темам 7-8		2/-/2	2/-/2

Итого	36/6/36	22/6/22
-------	---------	---------

5.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	14	-	18	-
Подготовка к тестированию	14	-	18	-
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	14	-	20	-
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	12	-	18	-
Подготовка к экзамену	-	-	-	-
ИТОГО	54	-	74	-

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Конкурентный анализ» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Конкурентный анализ»
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Конкурентный анализ»
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Конкурентный анализ»

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		Основная (из п.8 РПД)	Дополнительная (из п.8 РПД)	Интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ	1,2	1,2,3	1,3,7
2	Виды конкурентных стратегий организации	1,2	1,2,3	1,4,5
3	Понятие конкурентного анализа и его этапы	1,2	1,2,3	1,3,7
4	Методы конкурентного анализа	1,2	1,2,3	1,3,7
5	Анализ отрасли и конкурентной ситуации	1,2	1,2,3	1,4,5

6	Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет	1,2	1,2,3	3,5,6
7	Модели конкурентного позиционирования	1,2	1,2,3	1,3,6
8	Управление конкурентоспособностью организации	1,2	1,2,3	7,8,9

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Конкурентный анализ».

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), формирующие компетенцию	Семестры							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Конкурентный анализ						■		
	Международный маркетинг							■	
	Маркетинговые исследования				■				
	Поведение потребителей					■			
	Рынки потребительских товаров							■	
	Маркетинг в АПК			■					
	Теория конкуренции			■					
	Конкуренция и конкурентоспособность			■					
	Производственная практика						■		
	Преддипломная практика								■
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								■
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								■
ПК-2.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Интернет-маркетинг						■		
	Маркетинг в социальных сетях							■	
	Конкурентный анализ						■		
	Маркетинговые исследования				■				
	Управление конкурентоспособностью организации							■	
	Теория конкуренции				■				
	Конкуренция и конкурентоспособность				■				
	Производственная практика						■		
	Преддипломная практика								■
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								■
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								■
	Управление качеством				■				

Очно-заочная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), формирующие компетенцию	Семестры								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Конкурентный анализ						■			
	Международный маркетинг							■		
	Маркетинговые исследования				■					
	Поведение потребителей					■				
	Рынки потребительских товаров							■		
	Маркетинг в АПК			■						
	Теория конкуренции			■						
	Конкуренция и конкурентоспособность			■						

7.2 Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Конкурентный анализ» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Конкурентный анализ» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки на зачете «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной и очно-заочной форм обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная работа № 1 по темам 1-3	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Контрольная работа № 2 по темам 4-6	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Контрольная работа № 3 по темам 7-8	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; 0,5 балла – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (*максимум – 2 балла*);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; 0,5 балла - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (*максимум – 4 балла*);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (*максимум – 8 баллов*).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практикоориентированных задач) по каждой из тем (*максимум – 1 балл*).

Нормы пересчета по контрольным точкам в зависимости от количества точек в семестре

№ п/п	Полученная оценка	Начисляемые баллы	
		2 КТ	3 КТ
1.	оценка 2	0	0
2.	оценка 2+ ; 3–	5	4
3.	оценка 3	10	7
4.	оценка 3+; 4–	15	10
5.	оценка 4	20	13
6.	оценка 4+; 5–	25	16
7.	оценка 5	30	20

Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов	
	2 КТ	3 КТ
Вопрос (1)	до 6	до 4
Тест (10)	до 12	до 8
Задача (1)	до 12	до 8
Итого	максимум 30	максимум 20

Критерии оценивания контрольной точки при сдаче в 3 семестре трех контрольных точек Теоретический вопрос

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскры-

ты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Тестовые задания

8 баллов - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

7 баллов - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

6 баллов - при 80% правильных ответов;

5 баллов - 60% правильных ответов;

4 балла - 50% правильных ответов;

3 балла - 40% правильных ответов

0 баллов - менее 40% правильных ответов.

Практико-ориентированная задача

8 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

4 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; 0,5 балла – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**max – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; 0,5 балла - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**max – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**max – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практикоориентированных задач) по каждой из тем (**max – 1 балл**).

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

По результатам текущей балльно-рейтинговой оценки в шестом семестре (на третьем курсе), обучающемуся может быть выставлена **итоговая оценка**:

- «Зачтено» – от 55 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

«Не зачтено» - от 0 до 54 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

В случае недостаточности баллов, набранных по результатам текущей балльно-рейтинговой оценки, для получения желаемой обучающимся оценки он проходит итоговую форму контроля – **зачет**.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

Сдача зачета может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов:

Пример:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1 (<i>оценка знаний</i>)	до 3
Теоретический вопрос №2 (<i>оценка знаний</i>)	до 3
Задача (<i>оценка умений и навыков</i>)	до 4
Итого	10

Оценка «Зачтено» - 10-5 баллов выставляется студенту, ответившему полностью и без ошибок на вопросы задания и показавшему знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

Оценка «Не зачтено» - 0-5 баллов выставляется студенту, когда дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

7.3 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

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

Примерные вопросы для собеседования

1. Чем различаются существующие трактовки сущности понятия «конкуренция»?
2. В чем различия статического и динамического подходов к исследованию природы конкуренции?
3. Какие функции выполняет конкуренция в экономике?
4. Раскройте содержание основных типов конкуренции.
5. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции? Перечислите основные формы неценовой конкуренции и определите их роль.
6. Дайте определение доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
7. Поясните экономический смысл расчета основных показателей концентрации товарного рынка.
8. Сформулируйте понятие «конкурентное преимущество» и поясните его экономическую сущность.
9. В чем сущность абсолютных и относительных конкурентных преимуществ?
10. Как учитывается жизненный цикл товара при оценке его конкурентоспособности?

Примерные тестовые задания

1. Изучение компаний-конкурентов не включает:
 - а) товарное предложение и спрос на их продукцию
 - б) система сбыта
 - в) прогноз на будущее в плане конкуренции продукции
 - г) реакции на появление новых товаров и на изменение цен
2. Изучение рынка проводится по следующим критериям:
 - а) географическое положение, емкость, спецификация;
 - б) количество конкурентов
 - в) состояние спроса-предложения на продукт, который предприятие намерено производить и предложить к продаже
 - г) по всем критериям, указанным выше
3. Изучение товарной структуры рынка не предполагает:
 - а) определение существующего ассортимента

- б) выявление действующих на рынке стандартов, норм, требований к качеству товаров
- в) определение реакции потребителей на появление новых товаров и на изменение цен
- г) выявление продуктов, подобных тому, который предприятие намерено предложить

4. К элементам анализа рыночных возможностей не относится:

- а) маркетинговая среда
- б) установление цен на товары
- в) потребительские рынки
- г) рынки предприятий

5. К элементам анализа рыночных возможностей не относится:

- а) разработка товаров
- б) маркетинговая среда
- в) потребительские рынки
- г) системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации

6. Столкновение противоположных интересов, взглядов, стремлений:

- а) конфронтация,
- б) конфликт,
- в) конкуренция
- г) противоречие

7. Портфельные стратегии позволяют эффективно решать вопросы:

- а) в каком направлении развиваться предприятию, чтобы лучше соответствовать требованиям рынка;
- б) как обеспечить предприятию конкурентные преимущества на рынке с точки зрения большего привлечения потенциальных потребителей и какую политику выбрать по отношению к конкурентам;
- в) управления различными сферами деятельности предприятия с точки зрения их места и роли в удовлетворении нужд рынка.

8. Наиболее приемлемой стратегией конкурентной борьбы для малых предприятий являются:

- а) фронтальная атака
- б) фланговая атака
- в) оборона с контрнаступлением;
- г) партизанская атака

9. Наличие многочисленных возможностей для завоевания конкурентных преимуществ, и их величина в основном невелика, характерно для следующего типа ситуации в отрасли:

- а) фрагментации
- б) специализации
- в) патовой ситуации
- г) объемности

10. Наиболее приемлемой стратегией конкурентной борьбы, используемой сильным рыночным претендентом за рынки сбыта, является:

- а) фронтальная атака
- б) партизанская атака
- в) позиционная оборона
- г) мобильная оборона.

Примерные практикоориентированные задания для текущего контроля

Задача 1. На основе анализа тары семи наименований товаров (молока, сметаны, йогурта, сливок, сгущенного молока, кефира, ряженки) представить сведения о конкурентных преимуществах, указать, какие из них относятся к группе «непосредственных конкурентных преимуществ», какие к «опосредованным конкурентным преимуществам».

Задача 2. Соберите и критически оцените информацию о конкурентных преимуществах, предоставляемую двумя любыми организациями сферы услуг (химчистка, парикмахерская, автомойка и др.).

При выполнении данного задания студенты работают коллективно. Они делятся на малые группы, в которых выступают поочередно в роли экспертов по качеству и в роли представителей организации сферы услуг.

Задача 3. Выявить конкурентные преимущества машин, которые должны быть представлены в СМИ, в эксплуатационной документации и адресованы следующим категориям потребителей:

- а) покупатели со сравнительно невысоким уровнем дохода;
- б) женщины;
- в) «дачники»;
- г) «путешественники»;
- д) люди с высоким и очень высоким уровнем дохода.

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность конкуренции. Подходы к пониманию конкуренции.
2. Формы конкуренции и конкурентной борьбы.
3. Понятие и сущность конкурентоспособности.
4. Конкурентоспособность различных объектов.
5. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности компаний. Конкурентная политика России.
6. Факторы конкурентоспособности организации. Классификация факторов конкурентоспособности.
7. Микроэкономические и макроэкономические факторы конкурентоспособности.
8. Производственные факторы. Рыночные факторы. Сбытовые факторы. Сервисные факторы.
9. Конкурентная среда предприятия. Пять сил конкуренции по М. Портеру.
10. Цепочка создания ценности. Основные и вспомогательные виды деятельности.
11. Анализ цепочки ценности для повышения конкурентоспособности организации.
12. Анализ отрасли и конкурентной ситуации.
13. Основные экономические характеристики отрасли.
14. Выявление компетенций и возможностей. Определение сильных сторон и ресурсного потенциала организации.
15. Выявление угроз компании. Определение слабых сторон компании и недостаточности ресурсов.
16. Понятие и сущность конкурентного преимущества. Классификация конкурентных преимуществ.
17. Внутренние и внешние факторы конкурентного преимущества.
18. Конкурентные стратегии организации. Анализ реакции конкурента на действие фирмы.
19. Базовые стратегии конкурентного преимущества. Выбор базовых стратегий.
20. Стратегии низких издержек. Конкурентное преимущество по издержкам.
21. Стратегии дифференциации.

22. Стратегия оптимальных издержек.
23. Сфокусированные (нишевые) стратегии. Применение сфокусированных стратегий.
24. Стратегии быстрого реагирования на изменения во внешней среде и стратегии инноваций.
25. Чистые конкурентные стратегии.
26. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии.
27. Инструменты анализа внешней среды и разработки конкурентной стратегии.
28. Стратегии роста организации.
29. Стратегии сокращения. Стратегии роста и сокращения как взаимосвязанные стратегии организации.
30. Выбор стратегии в зависимости от позиции компании на рынке, ее сильных и слабых сторон.
31. Стратегии преследователей лидеров и компаний, избегающих конкуренции.
32. Выбор стратегии в зависимости от ситуации на рынке.
33. Методика измерения конкурентоспособности организации.
34. Показатели конкурентоспособности и их классификация.
35. Методы оценки конкурентоспособности организации.
36. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.
37. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона и страны.
38. Система обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
39. Три аспекта системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
40. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
41. Конкурентоспособность как показатель соответствия организации среде, в которой она действует.
42. Факторы, обеспечивающие конкурентоспособность организации на рынке (конкурентные товар, цена, сбыт, коммуникации, имидж компании).
43. Выбор маркетинговых стратегий, способствующих наибольшей реализации конкурентных преимуществ фирмы.
44. Понятие и сущность управление конкурентоспособностью, цели и задачи управления конкурентоспособностью.
45. Функции и принципы, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия
46. Механизм управления конкурентоспособности предприятия.
47. Разработка программы управления конкурентоспособностью организации.
48. Действия организаций по реализации возможностей внешней среды.
49. Действия организаций по противодействию угроз внешней среды.
50. Особенности конкурентной среды России.

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов и промежуточной аттестации. Полный перечень заданий содержится в фонде оценочных средств и учебно-методическом комплексе по дисциплине «Конкурентный анализ», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. ЭБС «Znanium»: Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие; ВО - Бакалавриат/Тульский государственный университет; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 233 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=391310>.

2. ЭБС «Znanium»: Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие / А.К. Александров [и др.] ; под общ. ред. В.М. Круглика. — Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2020. — 285 с. : ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006704-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1045718>

3. ЭБС «Znanium»: Портер, М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : учебно-практическое пособие / М. Е. Портер. - 7-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 453 с. - ISBN 978-5-9614-6306-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838939>

Дополнительная литература:

1. ЭБС «Znanium»: Наумов, В. Н. Маркетинг : учебник ; ВО - Бакалавриат/Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - Москва:ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 410 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=398812>

2. Ильшев, А. М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России : монография / А. М. Ильшев, Н. Н. Ильшева, Т. С. Селевич. - Москва : Финансы и статистика, 2021. - 480 с. - ISBN 978-5-00184-013-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1478889>

3. Исследование потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой стратегии предприятий торговли : учеб. пособие/Н. В. Банникова, Н. Н. Тельнова, А. Р. Байчерова, С. С. Вайцеховская, Ю. В. Орел ; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь:АГРУС, 2021.

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

1. Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Конкурентный анализ : метод. указания для обучающихся по освоению дисциплины направления 38.03.02 - Менеджмент профиля «Маркетинг»/ Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь, 2022. - 20 с.

2. Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Конкурентный анализ : рабочая тетр. для студентов направления 38.03.02 - Менеджмент профиля «Маркетинг» /Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко ; СтГАУ. - Ставрополь, 2022. – 36 с.

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

1. <https://www.tpprf.ru/ru/> - Торгово-промышленная палата Российской Федерации
2. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
3. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
4. <http://www.garant.ru/> - справочно-поисковая система СПС «Гарант»
5. <https://www.similarweb.com/ru/> - Similar Web (сервис для анализа трафика сайта)

6. <https://www.spymetrics.ru> – SpyMetrics (сервис маркетинговой разведки и анализа конкурентов)
- 7.
8. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии.
9. <http://ecsocman.hse.ru/> - Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Конкурентный анализ» предусматривает изучение тем, в которых раскрываются важнейшие аспекты функционирования экономики страны в конкурентной среде и вопросы формирования корпоративных конкурентных стратегий, базирующихся на всестороннем исследовании и оценке индивидуальных характеристик конкурентов. Рассматриваются вопросы дальнейшей трансформации конкурентного анализа.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются экономическая теория, маркетинг, производственный менеджмент, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую, экономическую и природоохранную основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Конкурентный анализ» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, форм, экономических механизмов и методов рационального природопользования.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, решение практико-ориентированных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Конкурентный анализ» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по экономике организаций требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Конкурентный анализ» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по экономике природопользования необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к

занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Конкурентный анализ» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;
- внимательно разобраться в структуре курса «Конкурентный анализ», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;
- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: Microsoft Windows, Office; Kaspersky Total Security.

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

Не используется

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	

	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	1. Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1 шт., принтер – 1 шт., цветной принтер – 1 шт., копировальный аппарат – 1 шт., сканер – 1 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория (ауд. № 173а (лаборатория «Учебно-консультационный информационный центр»), площадь – 31,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 12 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Конкурентный анализ» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта ВО по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг»

Автор	к.э.н., доцент Ю. В. Рыбасова
Рецензент	к.э.н., доцент Д. В. Запорожец
	к.э.н., доцент А. Р. Байчерова

Рабочая программа дисциплины «Конкурентный анализ» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, протокол № 18 от «16» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг».

Руководитель ОП	к.э.н., доцент Е. Г. Агаларова
-----------------	--------------------------------

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики	д.э.н., профессор О. Н. Кусакина
---	----------------------------------

Рабочая программа дисциплины «Конкурентный анализ» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от «19» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг».

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Конкурентный анализ»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
 по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 36 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 54 ч., контроль 0 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка - 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 22 ч., в том числе практическая подготовка - 22 ч., самостоятельная работа – 74 ч, в том числе практическая подготовка – 74 ч., контроль – 0 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение знаниями, умениями и навыками области теории конкуренции, механизма регулирования рыночной экономики, методов конкурентного анализа, стратегий конкурентной борьбы, ознакомление с общими принципами формирования систем оценки конкурентоспособности организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.11 «Конкурентный анализ» является дисциплиной части программы бакалавриата, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации</p> <p>ПК – 1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретических основ проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); - теоретических основ проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1); - анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения исследований и анализа маркетинговой среды

	<p>организации (ПК-1.1); - анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ Тема 2. Виды конкурентных стратегий организации Тема 3. Понятие конкурентного анализа и его этапы Тема 4. Методы конкурентного анализа Тема 5. Анализ отрасли и конкурентной ситуации Тема 6. Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет Тема 7. Модели конкурентного позиционирования Тема 8. Управление конкурентоспособностью организации</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 6 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 6 семестр – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.</p>