

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана экономического факультета

д-р. экон. наук, профессор

Кусакина О.Н.

« 24 » мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ

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

Форма обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» является формирование системы знаний о факторах и условиях развития конкурентной рыночной среды, сущности конкуренции как системообразующего элемента рыночной экономики, природе конкуренции, ее движущих силах, видах, формах в бизнес-среде, развития навыков конкурентного анализа рынков, определения конкурентоспособности фирмы, товара, отрасли, региона, страны для решения задач профессиональной деятельности.

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	Коды и наименования индикаторов достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Знания: основных направлений и ключевых концепций теории конкуренции; особенностей анализа маркетинговой среды организации; Умения: проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации; осуществлять анализ конкурентной среды организации; оценивать конкурентоспособность различных объектов (товаров, услуг, организаций); Навыки: проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации; анализа конкурентной среды организации; оценки конкурентоспособности различных объектов (товаров, услуг, организаций).
	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Знания: основных закономерностей развития конкурентной среды организации; особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; основных инструментов и методов конкурентной борьбы; Умения: объяснять особенности функционирования экономических субъектов в условиях конкурентной среды; анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет; раскрывать сущность механизма конкуренции на товарных рынках; Навыки: системного подхода к анализу экономических проблем в условиях конкурентной борьбы; применения методов измерения и оценки конкурентоспособности экономических субъектов; анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 3 семестре;
- для студентов заочной формы обучения – не реализуется;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 3 семестре.

Для освоения дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономическая теория».

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Маркетинг в АПК;
- Маркетинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Конкурентный анализ;
- Международный маркетинг;
- Рынки потребительских товаров;
- Управление качеством;
- Интернет-маркетинг;
- Маркетинг в социальных сетях;
- Управление конкурентоспособностью организации.

Очно-заочная форма обучения

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Контактная работа с препода- вателем, час			Самостоя- тельная работа, час	Кон- троль, час	Форма про- межуточной аттестации (форма кон- троля)
		лекции	практи- ческие занятия	лабора- торные занятия			
3	72/2	12	12	-	48	-	зачёт
в т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	4	-	-	-	-
<i>практической под- готовки (при нали- чии)</i>		12	12	-	48	-	-

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Диффе- ренциро- ванный зачет	Консуль- тации пе- ред экза- меном	Экзамен
3	72/2	-	-	0,12	-	-	-

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

Очная форма обучения

№ пп	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 и роль конкуренции в рыночной экономике	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
2.	Конкурентоспособность и методы ее достижения	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
3.	Конкурентные рыночные структуры	6	2	1	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 1 по темам 1-3		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
4.	Конкуренция и научно-технический прогресс	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
5.	Конкурентные стратегии организаций	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2

№ пп	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				
6.	Конкуренция и маркетинговые программы фирм	6	2	1	-	3	Собеседование, тестирование, решение практических ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 2 по темам 4-6		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
7.	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
8.	Международная конкуренция	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение кейсов	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
9.	Особенности конкурентных отношений в России	6	2	1	-	3	Собеседование, тестирование, решение кейсов	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 3 по темам 7-9		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
Промежуточная аттестация		-	-	-	-	-	-	-	-
Итого		72	18	18	-	36	-	-	-

Очно-заочная форма обучения

№ пп	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 и роль конкуренции в рыночной экономике	8	2	2	-	4	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
2.	Конкурентоспособность и методы ее достижения	4	-	-	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
3.	Конкурентные рыночные структуры	7	2	1	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 1 по темам 1-3		5	-	1	-	4	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
4.	Конкуренция и научно-технический прогресс	4	-	-	-	4	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
5.	Конкурентные стратегии организаций	8	2	2	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2

№ пп	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				
6.	Конкуренция и маркетинговые программы фирм	7	2	1	-	4	Собеседование, тестирование, решение практических ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 2 по темам 4-6		5	-	1	-	4	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
7.	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	4	-	-	-	4	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
8.	Международная конкуренция	8	2	2	-	4	Собеседование, тестирование, решение кейсов	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
9.	Особенности конкурентных отношений в России	7	2	1	-	4	Собеседование, тестирование, решение кейсов	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 3 по темам 7-9		5	-	1	-	4	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, кейсы	ПК-1.1 ПК-1.2
Промежуточная аттестация		-	-	-	-	-	-	-	-
Итого		72	12	12	-	48	-	-	-

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	заочная форма	очно-заочная форма
Тема 1. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике (лекция – беседа)	Конкуренция как системообразующий элемент рыночной экономики. Фирма как основной субъект конкуренции. Обзор истории фирмы. Определение фирмы. Фирма как институт, минимизирующий трансакционные издержки. Фирма как система контрактов. Функции фирмы. Рынок и рыночные ниши. Определение рынка. Неоднородность спроса и сегментация рынка. Фундаментальная и реализованная ниши фирмы. Принципиальные исходы конкурентной борьбы. Определение рыночной конкуренции. Понятие конкурирующих фирм. Поведенческий, структурный и функциональный подходы к определению конкуренции.	2/2/2	-	2/2/2
Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения	Ценность товара для потребителя и методы ее повышения. Определение конкурентоспособности и потребительской ценности. Факторы формирования потребительской ценности. Модель Кано. Ценность товара для физических лиц. Осознанная и неосознанная потребительская ценность. Ценовая и неценовая конкуренция. Особая роль ценовой конкуренции в России, современные ценовые войны. Принцип компенсации для продуктов и фирм. Связь свойств товаров и характеристик производящих их фирм.	2/-/2	-	-
Тема 3. Конкурентные рыночные структуры	Понятие рыночной структуры: определяющие признаки и типология. Рыночная власть производителя. Степень рыночной власти: коэффициент Лернера, индекс Херфиндаля-Хиршмана Типы рыночных структур. Понятие рыночной структуры. Совершенная конкуренция. Несовершенная конкуренция и ее виды.	2/-/2	-	2/-/2
Тема 4. Конкуренция и научно-технический прогресс	Предпринимательство по Й. Шумпетеру и И. Кирцнеру. Этапы НТП и роль в их смене разных конкурентных стратегий. Виды нововведений и их сравнительное значение в рыночной экономике. Особая роль малых инноваций и их переноса. Инновации и их виды на основе развития конкурентных отношений. Конкурентоспособность сообщества фирм. Кластеры	2/-/2	-	-

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	заочная форма	очно-заочная форма
	и их значение.			
Тема 5. Конкурентные стратегии организаций (лекция-дискуссия)	Влияние стратегии и действий на успех предприятия. Определяющие элементы стратегии. Стратегическое позиционирование. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии. Лидерство в издержках. Дифференциация. Фокусирование на издержках. Эффективная система затрат. Стратегия оптимальных издержек. Инновационная и маркетинговая стратегия дифференциации. Особенности стратегий эффективно действующих предприятий с малой долей рынка: сегментация рынка, эффективное использование НИОКР, сильный руководитель. Виолентная («силовая») стратегия. Пагивентная (нишевая) стратегия. Коммутантная (соединяющая) стратегия. Экспелерентная (пионерская) стратегия. Проектирование стратегии конкуренции с учетом динамики рынка и рыночной доли предприятия.	2/2/2	-	2/2/2
Тема 6. Конкуренция и маркетинговые программы фирм	Модель конкурентных сил М. Портера. Угрозы со стороны действующих предприятий. Возможность появления новых предприятий-конкурентов. Угроза появления новых товаров. Угроза со стороны потребителей и поставщиков. Конкурентные преимущества как концентрированное проявление превосходства над предприятиями-конкурентами в экономической, производственной, научно-технической инновационной и организационной деятельности. Разработка программы маркетинга по созданию, организации производства, реализации системы мероприятий (маркетинговый микс) по каждому товару, группе товаров, товарной системе.	2/-/2	-	2/-/2
Тема 7. Государственная политика по содействию развитию товарных рынков и конкуренции	Необходимость государственной политики по содействию развития конкуренции. Монополии и их виды. Естественные монополии и их значение. Антимонопольное законодательство, мировой опыт и отечественная практика. Формы и методы недобросовестной конкуренции и методы борьбы с ней.	2/-/2	-	-

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	заочная форма	очно-заочная форма
Тема 8. Международная конкуренция	Конкурентоспособность фирм и международная конкурентоспособность компаний. Двойственная роль иностранной конкуренции. Понятие кластера по М. Портеру. Формирование, состав и роль кластеров в экономике. Транснациональные корпорации как фирмы, придерживающиеся эффективной смешанной стратегии. Позитивные и негативные влияния ТНК на экономику.	2/-/2	-	2/-/2
Тема 9. Особенности конкурентных отношений в России	Объективные законы конкуренции и их действие в российской экономике. Перспективы и тенденции развития российских компаний. Рыночная трансформация российских виолентов (инвестиционная, сбытовая и управленческая сферы). Парадокс недостаточности концентрации производства и капитала в российском крупном бизнесе. Перспективы развития специализированных фирм. ВПК и формирование фирм-пациентов. Предпосылки и трудности массового развития пионерских фирм в России. Конкуренция отечественных и импортных товаров как причина гипертрофированного развития коммутантной стратегии. Роль государства в формировании эффективного сообщества компаний.	2/-/2	-	2/-/2
Итого		18/4/18	-	12/4/12

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

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Тема 1. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике (обсуждение в группах)	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-
Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 3. Конкурентные рыночные структуры	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 1 по темам 1-3	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Тема 4. Конкуренция и научно-технический прогресс	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 5. Конкурентные стратегии органи-	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
заций (кейс-метод)						
Тема 6. Конкуренция и маркетинговые программы фирм	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 2 по темам 4-6	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Тема 7. Государственная политика по воздействию развития товарных рынков и конкуренции	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 8. Международная конкуренция (круглый стол)	2/2/2	-	-	-	2/-/2	-
Тема 9. Особенности конкурентных отношений в России	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 3 по темам 7-9	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная работа (аудиторная)	-	-	-	-	-	-
Итого	18/6/18	-	-	-	12/4/12	-

*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	8	-	-	-	15	-
Подготовка к тестированию	6	-	-	-	7	-
Самостоятельное решение ситуационных задач	6	-	-	-	8	-
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	6	-	-	-	9	-
Подготовка к зачёту	10	-	-	-	9	-
ИТОГО	36	-	-	-	48	-

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» 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 Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции».
4. Методические рекомендации по выполнению рефератов.
5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения.

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 и роль конкуренции в рыночной экономике	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
2.	Конкурентоспособность и методы ее достижения	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
3.	Конкурентные рыночные структуры	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
4.	Конкуренция и научно-технический прогресс	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
5.	Конкурентные стратегии организаций	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
6.	Конкуренция и маркетинговые программы фирм	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
7.	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
8.	Международная конкуренция	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
9.	Особенности конкурентных отношений в России	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции»

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

Очная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Теория конкуренции			+							
	Конкуренция и конкурентоспособность										
	Маркетинг в АПК										
	Маркетинговые исследования										
	Поведение потребителей										
	Конкурентный анализ										
	Производственная практика										
	Международный маркетинг										
	Рынки потребительских товаров										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										
ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Теория конкуренции			+							
	Конкуренция и конкурентоспособность										
	Маркетинговые исследования										
	Управление качеством										
	Конкурентный анализ										
	Интернет-маркетинг										
	Производственная практика										
	Маркетинг в социальных сетях										
	Управление конкурентоспособностью организации										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										

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 Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» 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 Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «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 формы 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 точка № 1 по темам 1-2	Собеседование	5
	Тестирование	5
	Задачи	10
Контрольная точка № 2 по темам 3-5	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10
Контрольная точка № 3 по темам 6-8	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Ситуационное задание	10
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

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки

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» (**мах – 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) (**мах – 4 балла**);

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

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

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

Критерии оценивания контрольной точки (в третьем семестре сдаются три контрольные точки)

Теоретический вопрос

5 баллов - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты 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. От-

сутствуют 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

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

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

3 балла - при 80% правильных ответов;

2 балла - 60% правильных ответов;

1 балл - 50% правильных ответов;

0 баллов - менее 40% правильных ответов

Задача

10 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.

8 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.

5 баллов 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.

Ситуационное задание

10 баллов Задание выполнено в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении нет ошибок, получен верный ответ. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

8 баллов Задание выполнено в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении есть не более одной несущественной ошибки. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 балла Задание выполнено с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет сделать правильные выводы. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении есть не более двух несущественных ошибок.

4 балла Задание выполнено с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении в логическом рассуждении есть более двух несущественных ошибок, задание выполнено не полностью или в общем виде.

2 балла Задание выполнено частично, с большим количеством ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задание выполнено неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задание не выполнено.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов очно-заочной формы 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 точка № 1 по темам 1-2	Собеседование	5
	Тестирование	5
	Задачи	10
Контрольная точка № 2 по темам 3-5	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10
Контрольная точка № 3 по темам 6-8	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Ситуационное задание	10
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

Знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных занятиях при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки

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» (**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 практико-ориентированных 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).

Критерии оценивания контрольной точки (в третьем семестре сдаются три контрольные точки)

Теоретический вопрос

5 баллов - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты 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

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

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

3 балла - при 80% правильных ответов;

2 балла - 60% правильных ответов;

1 балл - 50% правильных ответов;

0 баллов - менее 40% правильных ответов

Задача

10 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.

8 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.

5 баллов 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.

Ситуационное задание

10 баллов Задание выполнено в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении нет ошибок, получен верный ответ. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

8 баллов Задание выполнено в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении есть не более одной несущественной ошибки. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 балла Задание выполнено с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет сделать правильные выводы. Составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении есть не более двух несущественных ошибок.

4 балла Задание выполнено с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении в логическом рассуждении есть более двух несущественных ошибок, задание выполнено не полностью или в общем виде.

2 балла Задание выполнено частично, с большим количеством ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задание выполнено неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задание не выполнено.

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

При проведении итоговой аттестации «зачет» преподавателю с согласия студента разрешается выставлять «зачет» по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость *зачет* не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче *зачета* к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на *зачете* и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

Сдача зачета может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов. Итоговая успеваемость на зачете не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

Вопрос билета	Количество баллов
Вопрос 1	до 5
Вопрос 2	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла 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.

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.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции».

Примерные вопросы для собеседования

1. Охарактеризуйте основные подходы к определению понятия конкуренции и сформулируйте наиболее полное определение.
2. Дайте определение конкурентоспособности. Можно ли считать конкурентоспособными услуги по хранению вкладов Сбербанком, коммерческими банками, спекулятивными финансовыми организациями?
3. От чего зависит ценность товара для институционального потребителя?
4. Какова связь между потребительской ценностью и конкурентоспособностью?
5. Что такое структура рынка?
6. Какими факторами она определяется?
7. Каким критериям должен соответствовать рынок совершенной конкуренции?
8. Может ли конкурентная фирма ощутимо воздействовать на цену товара?
9. Какие формы конкурентной борьбы характерны для рынка монополистической конкуренции?
10. Какую роль играет реклама на рынке монополистической конкуренции? Опишите её позитивные и негативные стороны.

Примерные тестовые задания

1. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:
 - а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
 - б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
 - в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.
2. Потребительские свойства товара – это:
 - а) свойства товара, проявляющиеся при его использовании;
 - б) потребителем в процессе удовлетворения потребностей;
 - в) средство его реализовать.
3. Какой признак из нижеперечисленных является характерным только для рынка совершенной конкуренции?
 - а) наличие многих продавцов, реализующих различные товары;
 - б) реклама обеспечивает покупателей разнообразной информацией;
 - в) фирмы отрасли имеют примерно равные транспортные издержки;
 - г) однородная продукция производится большим количеством малых фирм, не способных определять рыночную цену;
 - д) идет ожесточенная конкурентная борьба между фирмами в форме «ценовых войн».
4. Ценовая конкуренция предполагает:
 - а) продажу товаров по ценам ниже, чем у конкурента;
 - б) продажу товаров по ценам выше, чем у конкурентов;
 - в) продажу товаров более высокого качества;
 - г) проведение рекламной компании.
5. Управляющий фирмы рассказал о своей фирме следующее: «У меня много проблем. Всё время открываются новые магазины, подобные моему. Мне приходится тратить деньги на рекламу, чтобы убедить людей, что мой магазин уникален и отличается от всех других». Определите, о каком виде конкуренции идёт речь в данном случае:
 - а) совершенная;
 - б) монополия;
 - в) монополистическая;
 - г) олигополия;
 - д) недобросовестная.
6. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или па-

тиента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- а) увеличивают размеры своей фирмы;
 - б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
 - в) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
 - г) ни один ответ не является верным.
1. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:
 - а) производственным факторам конкурентоспособности;
 - б) рыночным факторам конкурентоспособности;
 - в) сбытовым факторам конкурентоспособности;
 - г) сервисным факторам конкурентоспособности.
 2. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?
 - а) рыночные лидеры;
 - б) челенджеры;
 - в) нишеры;
 - г) последователи.
 3. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:
 - а) 40%;
 - б) 25%;
 - в) 20%;
 - г) 30%.

Примерные практико-ориентированные задания для текущего контроля

1. Крупная фирма выпускает 50% продукта, остальное производство распределено равномерно между пятью другими фирмами. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (НН₁). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной.
2. На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.
3. На российском рынке конкурируют четыре крупных производителей алмазов: «АЛРОСА», «ПО Кристалл», «Полюс», «Якуталмаз». Их доли соответственно 0,32; 0,28; 0,25; 0,15. Определите состояние конкуренции с помощью CR3, CR4, индекса Херфиндаля-Хиршмана. Сделайте вывод об интенсивности конкуренции.

Типовые контрольные работы

Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

Тема 1. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике

2. Охарактеризуйте основные подходы к определению понятия конкуренции и сформулируйте наиболее полное определение.
3. Одинаково ли значение конкуренции в рамках предприятия, региона и государства?
4. Существовали ли конкурентные отношения в советский период?
5. Каковы плюсы и минусы децентрализованной системы принятия решений в рыночной экономике?

Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения

1. Дайте определение конкурентоспособности. Можно ли считать конкурентоспособными услуги по хранению вкладов Сбербанком, коммерческими банками, спекулятивными финансовыми организациями?
2. От чего зависит ценность товара для институционального потребителя?
3. Какова связь между потребительской ценностью и конкурентоспособностью?
4. Назовите факторы повышения конкурентоспособности.
5. Выделите особенности ценовой конкуренции.
6. Раскройте особенности неценовой конкуренции.

Тема 3. Конкурентные рыночные структуры

1. Что такое структура рынка?
2. Какими факторами она определяется?
3. Каким критериям должен соответствовать рынок совершенной конкуренции?
4. Может ли конкурентная фирма ощутимо воздействовать на цену товара?
5. Какие формы конкурентной борьбы характерны для рынка монополистической конкуренции?
6. Какую роль играет реклама на рынке монополистической конкуренции? Опишите её позитивные и негативные стороны.
7. Каковы причины тайного сговора относительно цены в олигополистических отраслях?
8. Что понимается под кооперативным и некооперативным поведением фирм?
9. Какие существуют модели кооперативного и некооперативного поведения?
10. Какие методы ценообразования применяют олигополисты?
11. Что представляет собой лидерство в ценах?
12. Чем отличаются следующие виды монополий: закрытая, естественная и открытая? Приведите примеры.
13. Дайте определение ценовой дискриминации и объясните, для чего ее осуществляет монополист?
14. Какие условия необходимо выполнить для проведения ценовой дискриминации?
15. Какие виды ценовой дискриминации выделяют?

Тестовые задания (оценка умений)

1. Объектом конкуренции являются:
 - а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - б) фирмы-изготовители и фирмы поставщики услуг;
 - в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
 - г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
2. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:
 - а) сильные стороны конкурентов;
 - б) как нужно отвечать на действия конкурентов;
 - в) слабые стороны конкурентов.
3. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:
 - а) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
 - б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
 - в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.
4. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:
 - а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
 - б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
 - в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

5. Потребительские свойства товара – это:
- свойства товара, проявляющиеся при его использовании;
 - потребителем в процессе удовлетворения потребностей;
 - средство его реализовать.
6. Какой признак из нижеперечисленных является характерным только для рынка совершенной конкуренции?
- наличие многих продавцов, реализующих различные товары;
 - реклама обеспечивает покупателей разнообразной информацией;
 - фирмы отрасли имеют примерно равные транспортные издержки;
 - однородная продукция производится большим количеством малых фирм, не способных определять рыночную цену;
 - идет ожесточенная конкурентная борьба между фирмами в форме «ценовых войн».
7. Ценовая конкуренция предполагает:
- продажу товаров по ценам ниже, чем у конкурента;
 - продажу товаров по ценам выше, чем у конкурентов;
 - продажу товаров более высокого качества;
 - проведение рекламной компании.
8. Управляющий фирмы рассказал о своей фирме следующее: «У меня много проблем. Всё время открываются новые магазины, подобные моему. Мне приходится тратить деньги на рекламу, чтобы убедить людей, что мой магазин уникален и отличается от всех других». Определите, о каком виде конкуренции идёт речь в данном случае:
- совершенная;
 - монополия;
 - монополистическая;
 - олигополия;
 - недобросовестная.
9. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
- продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
 - издержки производства и сбыта;
 - полезный эффект и цена потребления;
 - потребительская новизна товара.
10. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
- регрессивная вертикальная интеграция;
 - прогрессивная вертикальная интеграция;
 - горизонтальная интеграция;
 - дополняющая диверсификация.

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

1. На основании данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (HH_1), индекс концентрации (CR_4). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной. Полученные расчётным путём значения индексов округлите до сотых.

Фирмы	Объём продаж, тыс. руб.	Доля фирмы	Доля фирмы, %	Квадрат доли фирмы, %
1	1100	0,1644	16,44	270,44
2	1300	0,1943	19,43	377,72
3	275	0,0411	4,11	16,90
4	1243	0,1859	18,59	345,32
5	221	0,0330	3,30	10,92
6	949	0,1419	14,19	201,28

Фирмы	Объём продаж, тыс. руб.	Доля фирмы	Доля фирмы, %	Квадрат доли фирмы, %
7	326	0,0487	4,87	23,75
8	159	0,0238	2,38	5,65
9	980	0,1465	14,65	214,65
10	136	0,0203	2,03	4,13
Итого	6689	1	100	?
СН ₄			?	

- Крупная фирма выпускает 50% продукта, остальное производство распределено равномерно между пятью другими фирмами. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (НН₁). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной.
- На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

Контрольная точка № 2 по темам 4 - 6

Теоретический вопрос (оценка знаний)

Тема 4. Конкуренция и научно-технический прогресс

- Дайте определение понятия «предприниматель» с позиции Й. Шумпетера.
- Каковы особенности венчурного капитала?
- Сравните характеристики радикальных и улучшающих нововведений.
- Поставьте себя на место инвестора и скажите, какие факторы делают для вас непривлекательным вложение денег в тот или иной проект.
- Всегда ли потребитель действительно знает, что ему нужно?
- Кого привлекают товары-новинки?
- Почему в современных условиях возрастает роль гибкости как источника конкурентоспособности?
- В чем состоит принцип конкурентного исключения?

Тема 5. Конкурентные стратегии организаций

- Нарисуйте схематически поле стратегии конкурентной борьбы.
- Какая из черт деятельности фирмы является определяющей для выбора стратегии: а) то, что она выпускает; б) то, что она действует в определенной отрасли; в) то, что она, например, узко специализирована?
- Раскройте цикл жизни фирмы применительно к различным типам компаний: коммутантам, патентам, виолентам, эксплерентам.
- Как определить, чего ждет от товара потребитель?
- В чем вы видите недостаточность традиционной теории экономики на масштабах производства для объяснения эффективности крупных фирм?
- В чем суть безусловно фиксированных издержек?
- Раскройте направления инвестиций по А. Чендлеру.
- Каковы риски при осуществлении крупномасштабных инвестиций?
- Объясните, на какие объективные возможности опирается инновационная деятельность виолента.
- Подумайте, что общего между российскими крупными предприятиями и западными фирмами-бегемотами. В чем вы видите различия?
- Покажите основные возможности роста фирмы.

12. Выделите преимущества дифференциации продукта.
13. Каковы преимущества узкой специализации?
14. Есть ли в России узко специализированные секторы рынка, которым суждено в дальнейшем достигнуть гигантских размеров?
15. Как завоевать потребителей: снижать цены или повышать качество?

Тема 6. Конкуренция и маркетинговые программы фирм

1. Раскройте понятие конкурентного преимущества.
2. Охарактеризуйте конкурентные преимущества как концентрированное проявление превосходства над предприятиями-конкурентами в экономической, производственной, научно-технической инновационной и организационной деятельности.
3. Что понимают под программой маркетинга?
4. Какие основные этапы разработки программы маркетинга?
5. В чём особенность разработки программы маркетинга по созданию, организации производства, реализации системы мероприятий (маркетинговый микс) по каждому товару, группе товаров, товарной системе.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
 - а) регрессивная вертикальная интеграция;
 - б) прогрессивная вертикальная интеграция;
 - в) горизонтальная интеграция;
 - г) дополняющая диверсификация.
2. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?
 - а) М. Портер;
 - б) А. Литл;
 - в) Ф. Котлер;
 - г) И. Ансофф.
3. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:
 - а) увеличивают размеры своей фирмы;
 - б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
 - в) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
 - г) ни один ответ не является верным.
4. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:
 - а) производственным факторам конкурентоспособности;
 - б) рыночным факторам конкурентоспособности;
 - в) сбытовым факторам конкурентоспособности;
 - г) сервисным факторам конкурентоспособности.
5. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?
 - а) рыночные лидеры;
 - б) челенджеры;
 - в) нишеры;
 - г) последователи.
6. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:
 - а) 40%;
 - б) 25%;
 - в) 20%;
 - г) 30%.

7. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:
- а) темперамент;
 - б) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
 - в) умение управлять своими эмоциями;
 - г) общительность коммуникативность.
8. Фирма – это:
- а) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;
 - б) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;
 - в) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;
 - г) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.
9. Фундаментальная рыночная ниша – это:
- а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
 - б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
 - в) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;
 - г) ни один ответ не является верным.
10. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:
- а) виолентная стратегия;
 - б) коммутантная стратегия;
 - в) пациентная стратегия;
 - г) экплерентная стратегия.

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

1. Метод стратегических групп в исследовании конкурентов и построение карт позиционирования предприятия (марки) на рынке фирма «Х» предлагает на рынок 3 брэнда недорогого растворимого напитка для завтрака (в сравнении с другими уже существующими на рынке продуктами для завтрака). Описание продуктов:
- марка А – имеет низкую калорийность, и низкую цену за кг;
 - марка В – имеет низкую калорийность, но высокую цену за кг;
 - марка Б – имеет низкую цену за кг, и высокую калорийность.
- В настоящее время стоит вопрос о введении нового брэнда напитков для завтрака. Используя метод стратегических групп в исследовании конкурентов постройте карту позиционирования брэндов на рынке недорогих напитков для завтрака. Обоснуйте целесообразность ввода нового брэнда и его расположения на карте позиционирования.
2. Диагностика конкурентной позиции фирмы на основе матрицы Мак-Кинси ООО «Торговый проект» работает на территории г. Тверь более 10 лет. Сфера деятельности – продажа торгового и холодильного оборудования – 46 % рынка. Основные конкуренты компании на данном рынке – ООО «Антекс» (33% рынка) и ГК «Белфорт» (23% рынка). Компания представляет на рынок 4 основных видов продукции:
- холодильное оборудование (ХО) – 39% от общего объема продаж;
 - торговое оборудование (ТО) – 22 % от общего объема продаж;
 - складское оборудование (СО) – 14% от общего объема продаж;
 - промышленный холод (ПХ) – 3% от общего объема продаж.
- Рынок холодильного оборудования насыщен, прирост рынка составляет 0,5% в год. Рынок торгового оборудования находится в стадии насыщения – прирост – 6% в год. Рынок складского оборудования находится в стадии бурного развития – прирост 10% в год. Рынок промышленного холода – новый рынок. Рост рынка достаточно большой – 8% в год, однако сама емкость рынка – величина неизвестная, зависит от большого количества объективных факторов. Составьте матрицу конкурентной позиции ООО «Торговый проект» по методу Мак-Кинси.

Контрольная точка № 3 (по темам 7-9)

Тема 7. Государственная политика по содействию развитию товарных рынков и конкуренции

1. В чём необходимость государственной политики по содействию развития конкуренции?
2. Какие инструменты оно использует?
3. Что такое антимонопольное законодательство?
4. Расскажите об особенностях применения антимонопольного законодательства в зарубежных странах и России.
5. Какие формы и методы недобросовестной конкуренции существуют?
6. Какие методы борьбы с недобросовестной конкуренцией использует государство?

Тема 8. Международная конкуренция

1. Перечислите рекомендации фирмы «Маккинзи» по сокращению издержек.
2. Рассмотрите двойственную роль иностранной конкуренции.
3. Приведите понятие кластера по М. Портеру.
4. Рассмотрите формирование, состав и роль кластеров в экономике.
5. Рассмотрите смешанные стратегии транснациональных корпораций.
6. Раскройте позитивное и негативное влияния ТНК на экономику страны.

Тема 9. Особенности конкурентных отношений в России

1. Вспомните примеры эфемерных образований, принимавших огромные масштабы в ходе реформ в России, а затем исчезнувших. Согласуется ли их судьба с теорией конкуренции?
2. В чем состоят особенности деятельности российских компаний-пациентов?
3. В какой степени оптовые рынки используют такие пути повышения конкурентоспособности, как снижение издержек и повышение потребительской ценности?
4. Можно ли считать конкурентную стратегию торговых фирм, работающих на мелкооптовых рынках России виолентной?
5. Приведите примеры виолентной стратегии фирм из различных сфер российской экономики.
6. Раскройте выражение «золотая середина» мелкого бизнеса и приведите примеры из российской практики.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Принципами внедрения стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации являются:
 - а) прозрачность деятельности;
 - б) принцип гласности;
 - в) заинтересованность высшего должностного лица;
 - г) сочетание коллегиальности и единоначалия;
 - д) ориентация на потребителя;
 - е) постоянное улучшение деятельности;
 - ж) системный подход.
2. С какой периодичностью информация и документы, касающиеся внедрения стандарта, размещаются на официальном сайте органа, уполномоченного содействовать развитию конкуренции?
 - а) не чаще, чем раз в год;
 - б) не реже, чем раз в квартал;
 - в) по мере поступления материалов для размещения;
 - г) это не регламентируется стандартом развития конкуренции.
3. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:
 - а) финансово-промышленными группами;
 - б) картелями;
 - в) транснациональными корпорациями;
 - г) трестами.
4. Что такое интернационализация?
 - а) форма международного разделения труда;

- б) это расширение и усиление деятельности ТНК;
 - в) усиление взаимосвязи и взаимозависимости экономик отдельных стран и выход производства за национальные границы;
 - г) перемещение за границу товарно-материальных ценностей в обмен на денежные потоки.
5. Демпинг – это:
- а) продажа товаров на мировом рынке по ценам выше внутренних;
 - б) продажа товаров на мировом рынке по ценам, установленным основным экспортером;
 - в) продажа товаров на мировом рынке по ценам ниже внутренних;
 - г) нет правильного ответа.
6. Российское металлургическое предприятие продало немецкому концерну металл по более низкой цене по сравнению с уровнем мирового рынка. Немецкий концерн в свою очередь продал этот металл на рынке США по цене ниже рыночной, хотя и включил нормальную прибыль в его цену. США решили провести антидемпинговое расследование. Какая фирма может быть обвинена в применении демпинговой политики:
- а) российское металлургическое предприятие, которое не импортировало продукцию на американский рынок;
 - б) немецкий концерн, который перепродавал российский металл на американском рынке;
 - в) обвинения в демпинге безосновательны.
7. Первый законодательный акт в области антимонопольного регулирования был принят в 1889 г. в:
- а) США;
 - б) Канаде;
 - в) Великобритании;
 - г) Германии.
8. Выделите действия по дискредитации конкурентов:
- а) реклама товара, не отвечающего требованиям качества;
 - б) искажение в рекламной информации сведений об истинных свойствах товара;
 - в) некорректное сравнение товаров;
 - г) судебное преследование конкурента, нанесшего ущерб.
9. Методы, связанные с нарушением норм и правил конкуренции – это:
- а) выпуск поддельных товаров;
 - б) коррупция;
 - в) кооперационные связи в области торговли;
 - г) создание тайных картелей.
10. К каким методам конкуренции относится ценовая экспансия:
- а) ценовым;
 - б) неценовым;
 - в) добросовестным недобросовестным.

Ситуационные задания (оценка умений, навыков)

1. Анита Вильяме - единоличный владелец небольшой фирмы, которая специализируется на производстве женской косметики. Различные виды и марки недорогих косметических средств ориентированы на молодых латиноамериканок, проживающих в США (возрастные границы сегмента рынка: от 18 до 35 лет).

Первоначально Анита Вильяме основала в пригороде Лос-Анжелеса небольшую фирму, где она работала со своим мужем и детьми. Со временем ее дело значительно расширилось, однако единственной причиной, сдерживающей дальнейшее развитие фирмы, является невозможность увеличения производства и масштабов рекламной деятельности из-за недостатка финансовых средств.

В настоящее время ситуация в промышленности, производящей косметические средства, меняется очень быстро, сроки жизненного цикла отдельных видов этой продукции сокращаются. Это вынуждает фирмы уделять большое внимание выпуску новых товаров, товаров рыночной новизны, но в связи с тем, что производство недорогой косметики не является сложным процессом, фирмы-производители могут выходить на рынок с новыми товарами без значительных финансовых затрат.

Г-жа Вильяме планирует расширить географический сегмент своего рынка, в частности, организовать продажу продукции своей фирмы на всей юго-западной территории штата с последующим выходом на рынок Нью-Йорка и Майами.

Адвокат и бухгалтер, консультирующие Аниту Вильяме, советуют ей обдумать вопрос об образовании на базе ее фирмы корпорации с целью привлечения необходимых финансовых средств.

Вопросы и задания

1. Какие преимущества единоличного владения фирмой могла бы Анита Вильяме потерять при создании корпорации? Какие выгоды она при этом получила бы?
2. Необходимо ли для г-жи Вильяме проведение маркетинговых исследований? Почему?
3. На каких аспектах деятельности фирмы следует в первую очередь сконцентрировать внимание ее владелице?
4. К каким последствиям, на ваш взгляд, может привести повышение цен на продукцию фирмы на том сегменте рынка, где она в настоящее время работает?
5. Какая информация необходима г-же Вильяме для принятия решения о выходе на новые рынки?
6. С какими проблемами может столкнуться владелица фирмы при выходе с новой продукцией на рынки, предъявляющие повышенные требования к качеству товара?

2. Косметическое предприятие Fiko широко известно в Венгрии своими изделиями высокого качества. В конце 80-х годов директор предприятия поставил задачу сосредоточить усилия на увеличении прибыли. Каждому руководящему работнику было поручено изыскать возможности выпуска новой продукции. Быстрее всего оказалось возможным выпустить новую зубную пасту. Все исследования и анализы по ней были закончены, и нужно было лишь найти подходящее название. Новая зубная паста была изготовлена из превосходных компонентов. Результаты анализов свидетельствовали, что она могла бы заменить находящиеся в продаже зубные пасты: ее очищающие свойства, аромат, антикариесные и никотиноудаляющие свойства были лучше, чем у всех выпускаемых паст.

Было решено, что это именно то изделие, с которым следовало как можно быстрее выйти на рынок Венгрии. Зубной пасте было дано название «Квалиташ» и подобрана приятная для глаз упаковка. Отдел маркетинга предложил пустить пасту в продажу по цене, превышающей цены ранее выпущенных в продажу аналогичных изделий. Предприятие и раньше успешно использовало такую политику в Венгрии, стремясь заполнить брешь между лучшими марками и дешевыми изделиями. Руководство приняло это предложение, предполагая, что более требовательные покупатели будут согласны заплатить большую цену за лучшие изделия. Реализация новой пасты не составляла проблемы, поскольку у Fiko установились давние связи с предприятиями оптовой торговли.

Однако паста «Квалиташ» не нашла на рынке спроса. Опросы покупателей показали следующее (приводятся типичные ответы):

- зубная паста, которую я сейчас использую, очень хороша, а у «Квалиташа» неприятный вкус;
- никогда не видел «Квалиташ» в том универсаме, где обычно делаю покупки; мне очень нравится та паста, которой я пользуюсь. Зачем мне ее менять?
- не намерен покупать такую дорогую зубную пасту. Не может быть, чтобы она была настолько же лучше, насколько дороже.

Вопросы и задания

1. Охарактеризуйте задачу, которая была поставлена перед сотрудниками предприятия Fiko.
2. Какую стратегию осуществляло предприятие на венгерском рынке?
3. Как позиционировали зубную пасту «Квалиташ»?
4. На какой сегмент рынка ориентировалось Fiko?
5. Объясните, в чем причины неуспеха новой зубной пасты на венгерском рынке.

Вопросы к зачёту

1. Конкуренция как системообразующий элемент рыночной экономики.
2. Фирма как основной субъект конкуренции. Функции фирмы.
3. Рынок и рыночные ниши.
4. Понятие конкурирующих фирм. Поведенческий, структурный и функциональный подходы к определению конкуренции.
5. Ценность товара для потребителя и методы ее повышения.

6. Факторы формирования потребительской ценности.
7. Модель Каню.
8. Ценовая и неценовая конкуренция.
9. Особая роль ценовой конкуренции в России, современные ценовые войны.
10. Четыре базовых стратегии конкуренции.
11. Основные теории стратегий конкурентной борьбы: М. Портер, Х. Фризевинкель, Л.Г. Раменский.
12. Дифференциация рыночных ниш.
13. Преимущества крупных предприятий в эпоху научно-технического прогресса.
14. Повышенное значение крупных предприятий для экономики России.
15. Естественные монополии и необходимость государственного регулирования их деятельности. Естественные монополии в России.
16. Картели и недобросовестная конкуренция в России, государственная антикартельная политика.
17. Стратегия подавления конкурентов.
18. Позиции лидера и вице-лидеров на рынке.
19. Теория «преимущества первого хода».
20. Эволюционный путь виолента. Жизненный цикл виолента.
21. Дифференциация продукта как эффективный способ борьбы за потребителя. Факторы дифференциации товаров.
22. Значение специализации как фактора защиты от конкурентов.
23. Значение ограничения размеров рыночного сегмента.
24. Возможность национального и мирового рыночного лидерства для малых фирм. Эволюционный путь фирмы-лисы (пациента).
25. Способы формирования ниши по М. Портеру.
26. Причины, методы и риски смены конкурентной стратегии.
27. Историческая роль малых фирм-эксплерентов в НТП. Различия прорывного и улучшающего НТП.
28. Преимущества малых фирм-эксплерентов в сфере прорывного НТП.
29. Организационные и финансовые проблемы пионерских проектов.
30. Венчурный капитал и технопарки.
31. Эволюция фирмы-ласточки (эксплерента).
32. Технологические парки как организационная предпосылка массовости новаторства.
33. Связующая роль в экономике мелких фирм-коммутантов. Широкое распространение фирм-коммутантов в новом частном бизнесе в России.
34. Стратегии мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами.
35. Разновидности фирм-мышей (коммутантов). Гибкость как центральный элемент конкурентной стратегии коммутантов.
36. Аутсорсинг как метод снижения издержек.
37. Коммутанты-подражатели и отсутствие безусловно-фиксированных издержек.
38. Конкуренция и структура современного рынка. Понятие конкурентного сообщества фирм.
39. Взаимосвязь конкуренции и монополизации.
40. Конкуренция и научно-технический прогресс.
41. Этапы НТП и роль в их смене разных конкурентных стратегий.
42. Виды нововведений и их сравнительное значение в рыночной экономике.
43. Конкурентоспособность сообщества фирм и международная конкурентоспособность компаний.
44. Понятие кластера по М. Портеру.
45. Формирование, состав и роль кластеров для экономики.
46. Транснациональные корпорации как фирмы, придерживающиеся эффективной смешанной стратегии. Позитивные и негативные влияния ТНК на экономику.
47. Двойственная роль иностранной конкуренции.
48. Современный этап развития конкурентных отношений в России.
49. Три типа ценовых войн.

50. Неценовые конкурентные войны: роль качества, сервиса, региональной активности и ассортимента.
51. Рыночная трансформация российских виолентов (инвестиционная, сбытовая и управленческая сферы).
52. Парадокс недостаточности концентрации производства и капитала в российском крупном бизнесе.
53. Перспективы развития специализированных фирм. ВПК и формирование фирм-пациентов.
54. Предпосылки и трудности массового развития пионерских фирм в России.
55. Роль государства в формировании эффективного сообщества компаний.

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. Абабков, Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : учебник / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 144 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004386-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002614>
2. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 300 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59b0fc9f869b17.11305387. - ISBN 978-5-16-013471-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937630>
3. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://new.znanium.com>]. — (Президентская программа подготовки управленческих кадров). — www.dx.doi.org/10.12737/20892. - ISBN 978-5-369-01088-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/942745>
4. Конкурентоспособность организаций и территорий : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, П.А. Костромин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1852439. - ISBN 978-5-16-017416-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852439>
5. Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: история, теория, практика : учебное пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005014-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843590>

дополнительная литература:

1. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции : монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 104 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/6813. - ISBN 978-5-16-010478-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233662>
2. Исаев, А. А. Формирование системы обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии: монография / А. А. Исаев. — Владивосток : ВГУЭС, 2018. — 148 с. — ISBN 978-5-9736-0524-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161422>
3. Князева, И. В. Антимонопольная политика в России : учеб. пособие для студентов вузов по специальности "Нац. экономика" / И. В. Князева. - 5-е изд., перераб. - Москва : Омега-Л, 2011. - 505 с.
4. Конкурентные преимущества современной фирмы : практикум для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»/ под ред. А. В. Шарковой, И. А. Меркулиной. — 2-е изд.. - Москва : Дашков и К, 2019. - 277 с. - ISBN 978-5-394-03290-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232024>
5. Логинов, Б. Б. Международные факторы производства в национальных экономиках : монография / Б.Б. Логинов, А.О. Руднева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 312 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-005376-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1739240>
6. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия [текст+DVD-R] / Е. Е. Румянцева. - 4-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 882 с.
7. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева; Российский государственный

- гуманитарный университет. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 214 с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1091794>.
8. Философова, Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Т. Г. Философовой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 271 с. - (Гр.).
 9. Чеботаев, А. А. Генезис «маятника экономики» в регулируемых рыночных отношениях : учеб. пособие для студентов вузов по специальности «Организация перевозок и упр. на транспорте (по отраслям)». - М.: Мир; Колос, 2003. - 304 с.
 10. Черенков, В. И. Глобальная маркетинговая среда: опыт концептуальной интеграции : монография / В.И. Черенков. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 362 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/7712. - ISBN 978-5-16-010429-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920704>
- б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.
1. Теории конкуренции: учеб.-метод. рекомендации по выполнению контрольной работы бакалаврами заочной формы обучения направления 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг» / О. Н. Кусакина, Н. А. Довготько, Е. В. Скиперская; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь: Бюро новостей, 2022.

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

1. <http://www.government.ru/> Интернет-портал Правительства РФ
2. <http://www.cbr.ru> Центральный банк России
3. <http://www.economy.gov.ru/minrec/main> Министерство экономического развития Российской Федерации
4. <http://www.minfin.ru> Министерство финансов России
5. <http://www.nalog.ru> Министерство по налогам и сборам России
6. <https://rosstat.gov.ru/> Госкомстат России
7. <http://www.rbc.ru> Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)
8. <https://www.worldbank.org> Всемирный банк
9. <https://www.imf.org> Международный валютный фонд
10. <https://www.nber.org/> Национальное бюро экономических исследований (США)
11. <https://www.iep.ru/ru/> Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара
12. <http://www.hse.ru> Государственный университет - Высшая школа экономики (Россия)
13. <https://beafnd.org/> Бюро экономического анализа (Россия)
14. <http://vopreco.ru> Журнал «Вопросы экономики»
15. <https://welcome.stepik.org/ru> Онлайн курсы на образовательной платформе Stepik
16. <https://www.lektorium.tv/> Онлайн курсы на образовательной платформе Лекториум
17. <https://openedu.ru/course/> Онлайн курсы на образовательной платформе «Открытое образование»
18. <https://www.coursera.org/> Онлайн курсы на образовательной платформе Coursera
19. <https://universarium.org/> Онлайн курсы на образовательной платформе Универсариум
20. <http://www.consultant.ru/> Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
21. <http://www.garant.ru/> Справочно-поисковая система СПС «Гарант»
22. https://www.elibrary.ru/author_s.asp Научная библиотека elibrary.ru
23. <http://eup.ru/> Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы.

23. <http://www.aup.ru> Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии
24. <http://ecsocman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Теория конкуренции» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются основные подходы к конкуренции, виды конкуренции в современной экономике, а также направления ее развития и на основе этого формирование современных рыночных структур. Изучение «Теории конкуренции» способствует формированию у студентов системы знаний о необходимости конкурентных отношений в экономической системе, о видах, способах и средствах конкуренции.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются поведение потребителей, маркетинговые исследования, технологии продаж и др.

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, выполнение рефератов на актуальные темы, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Теория конкуренции» 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 дисциплине 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 «Теория конкуренции» 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 дисциплине «Теория конкуренции» 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 «Теория конкуренции» 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 «Теория конкуренции», 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: MicrosoftWindowsServerSTDCORE AllLng License/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year; Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License; КонсультантПлюс-СК сетевая версия (правовая база).

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

BigBlueButton

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).	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 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. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 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.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория № 165 (площадь – 66,6 м ²)	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электрон-

		ную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 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.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 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.

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, прочитать 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, прочитать 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 Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Автор:

к.э.н., доцент Скиперская Е.В.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Довготько Н.А.

к.э.н., доцент Байчерова А.Р.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики протокол № 18 от 16 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики, д-р. экон. наук,
профессор

Кусакина О. Н.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 19 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Руководитель ОП

к.э.н., доцент Агаларова Е.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
 по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	наименование направления подготовки
	Маркетинг
	профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.	
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 – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч., в том числе практическая подготовка – 48 ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» является формирование системы знаний о факторах и условиях развития конкурентной рыночной среды, сущности конкуренции как системообразующего элемента рыночной экономики, природе конкуренции, ее движущих силах, видах, формах в бизнес-среде, развития навыков конкурентного анализа рынков, определения конкурентоспособности фирмы, товара, отрасли, региона, страны для решения задач профессиональной деятельности.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <p>ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности</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"> – основных направлений и ключевых концепций теории конкуренции (ПК-1.1); – особенностей анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – основных закономерностей развития конкурентной среды организации (ПК-1.2); – особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – основных инструментов и методов конкурентной борьбы (ПК-1.2); <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1); – осуществлять анализ конкурентной среды организации (ПК-1.1);

	<ul style="list-style-type: none"> – оценивать конкурентоспособность различных объектов (товаров, услуг, организаций) (ПК-1.1); – объяснять особенности функционирования экономических субъектов в условиях конкурентной среды (ПК-1.2); – анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2); – раскрывать сущность механизма конкуренции на товарных рынках (ПК-1.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1); – анализа конкурентной среды организации (ПК-1.1); – оценки конкурентоспособности различных объектов (товаров, услуг, организаций) (ПК-1.1); – системного подхода к анализу экономических проблем в условиях конкурентной борьбы (ПК-1.2); – применения методов измерения и оценки конкурентоспособности экономических субъектов (ПК-1.2); – анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике</p> <p>Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения</p> <p>Тема 3. Конкурентные рыночные структуры</p> <p>Тема 4. Конкуренция и научно-технический прогресс</p> <p>Тема 5. Конкурентные стратегии организаций</p> <p>Тема 6. Конкуренция и маркетинговые программы фирм</p> <p>Тема 7. Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции</p> <p>Тема 8. Международная конкуренция</p> <p>Тема 9. Особенности конкурентных отношений в России</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p> <p><u>Заочная форма обучения:</u> не реализуется.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p>
<p>Автор:</p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, канд. экон. наук Скиперская Е.В.</p>