

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»  
(БГТУ им. В.Г. Шухова)**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института

  
Ю.А. Дорошенко  
« 15 » 05 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
дисциплины (модуля)**

**«Управление конкурентоспособностью фирмы»**

направление подготовки:

**38.04.01 - Экономика**

профиль подготовки:

**Экономика фирмы**

Квалификация

**Магистр**

Форма обучения

**заочная**

**Институт экономики и менеджмента**

**Кафедра маркетинга**

Белгород – 2015

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 – Экономика, утвержденного 30.03. 2015 г., № 321
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова по направлению подготовки: 38.04.01 «Экономика», профиль подготовки 38.04.01-01 «Экономика фирмы», введенного в действие в 2015 году.
- профиль подготовки 38.04.0-01 «Экономика фирмы»

Составитель: д.э.н, профессор Щетина (Е.Д. Щетинина )  
Рецензент (ы)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой ЭОП

Заведующий кафедрой: д.э.н., профессор Рудычев (А.А. Рудычев)  
« 12 » 05 2015 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга  
« 12 » 05 2015 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой: д.э.н., профессор Щетина (Е.Д. Щетинина)

Рабочая программа одобрена методической комиссией  
института экономики и менеджмента

« 14 » 05 2015 г., протокол № 9

Председатель: к.э.н., доц. Выборнова (В.В. Выборнова)

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-8	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p><b>Знать:</b> экономическую сущность конкуренции, методические основы исследования конкурентных рынков, конкурентной позиции фирмы и ее рыночно-экономической политики, теоретические и технологические основы оценки мероприятий в области стратегических решений с целью повышения уровня конкурентоспособности</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать мероприятия в области экономической политики с учетом конкурентной ситуации и источников конкурентных преимуществ, рассчитывать уровень конкурентоспособности на микро- и макроуровне и оценивать с этой точки зрения планируемые организационно-экономические мероприятия, проекты и стратегические решения</p> <p><b>Владеть:</b> навыками и приемами выявления и группировки факторов, определяющих конкурентоспособность фирмы и ее экономической политики, способностью анализа и оценки механизма управления конкурентоспособностью фирмы, навыками разработки и осуществления конкурентной стратегии и прочих стратегических решений организации</p>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Анализ эффективности инвестиционной деятельности и инвестиционной привлекательности предприятия (организации)
2	Современные методы исследований управления предприятием

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Производственная практика
2	Преддипломная практика

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 часов, 5 зач. единиц,

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	2	178
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	20	2	18
лекции	8	2	6
лабораторные			
практические	12		12
<b>Самостоятельная работа студентов, в том числе:</b>	160		160
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задание	18		18
Индивидуальное домашнее задание			
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	106		106
Форма промежуточной аттестации (экзамен)	36		36

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1. Наименование тем, их содержание и объем Курс2 Семестр 3

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1.	Вводная лекция				
	Предмет, цели и задачи дисциплины, выдача тем РГЗ	2			
	Всего:	2			

## Курс2 Семестр 4

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1.	Методология, концепции, теоретические подходы к изучению конкуренции и конкурентоспособности				
	Структура и содержание дисциплины, связь с другими курсами, функции менеджмента конкурентоспособности, его место на предприятии и в системе управления	-	2		14
2.	Сущность и источники конкурентных преимуществ				
	Теории абсолютных и сравнительных преимуществ, М.Портера и др. (понятие и организационно-экономическая сущность конкурентных преимуществ, причины их возникновения и проблемы сохранения, базовые, устойчивые и неустойчивые КП)	1	2		14
3.	Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта				
	Методы и направления исследований конкурентной среды и конкурентной позиции предприятия (модели конкурентного поведения, факторы, образующие конкурентную среду, цепочка ценностей потребителя как основа конкурентных преимуществ). Методы оценки внутренней среды как источников и факторов конкурентоспособности	2	2		18
4.	Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки				
	Подходы к оценке конкурентоспособности. Уровни оценки конкурентоспособности. Методы исследования и оценки производственных возможностей в сфере дифференциации продукта, ценовой политики, сервиса и коммуникаций, использование функционально-стоимостного анализа	1	2		20
5.	Анализ и выявление конкурентных преимуществ предприятия				
	Конкурентное сегментирование рынка, фирменное и товарное позиционирование (инструментарий позиционирования в системе параметров КП, выбор направлений конкурентной борьбы, инновации как способ создания КП)	1	2		20
6.	Стратегическое планирование и разработка программ развития предприятия с учетом формирования и реализации конкурентных преимуществ				
	Обоснование стратегических целей и направлений развития с учетом роста конкурентоспособности. Формирование стратегических программ развития и конкурентных стратегий: цели, задачи, методы. Оценка эффективности стратегий.	1	2		20
	Всего:	6	12	-	106

## 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 4				
1	Методология, концепции, теоретические подходы к изучению конкуренции и конкурентоспособности	Теории конкуренции (М.Портера, Фута и Коуэн). Основные концепции конкурентоспособности и ее типы. Принципы изучения конкурентных рынков.	2	2
2	Сущность и источники конкурентных преимуществ	Типы и виды конкурентных преимуществ, их источники и их трансформация в XXI веке. Опрос, тестирование.	2	2
3	Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта	Модели конкурентного поведения, факторы, образующие конкурентную среду, цепочка ценностей потребителя.	2	2
4	Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки	Решение практических задач по оценке конкурентоспособности фирмы.	2	2
5	Анализ и выявление конкурентных преимуществ предприятия	Анализ факторов конкурентоспособности как источников формирования и укрепления конкурентных преимуществ. Кейс-задача.	2	2
6	Стратегическое планирование и разработка программ развития предприятия	Разработка стратегий укрепления конкурентоспособности фирмы Защита РГЗ	2	2
		Итого:	12	12
		Всего:	24	

## 4.3. Содержание лабораторных занятий -уч. планом не предусмотрено

**5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ  
УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ  
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**5.1.Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Методология, концепции, теоретические подходы к изучению конкуренции и конкурентоспособности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные теории конкуренции.</li> <li>2. Роль и функции конкуренции в экономике.</li> <li>3. Типы конкуренции и их влияние на модель бизнеса.</li> <li>4. Мировое и национальное законодательство в сфере конкуренции.</li> <li>5. Теоретико-методические принципы изучения конкуренции.</li> <li>6. Особенности современной конкурентной политики фирм и корпораций.</li> <li>7. Основные силы конкуренции по модели Портера.</li> <li>8. Перечислите факторы конкурентоспособности на предприятиях.</li> <li>9. Современные источники конкурентного преимущества.</li> <li>10. Особенности конкуренции на рынках B2B.</li> <li>11. Соотношение экономической политики и конкурентной стратегии.</li> </ol>
2	Сущность и источники конкурентных преимуществ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории абсолютных и сравнительных преимуществ.</li> <li>2. Понятие конкурентного преимущества (КП).</li> <li>3. Классификация источников конкурентных преимуществ.</li> <li>4. Анализ маркетинговой среды как этап выявления КП.</li> <li>5. Формирование конкурентного преимущества: методы и подходы.</li> <li>6. Современные источники конкурентного преимущества.</li> <li>7. Инновации как источник конкурентных преимуществ.</li> </ol>
3	Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта и его среды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговая среда и ее элементы.</li> <li>2. Общие особенности и этапы анализа конкурентной ситуации.</li> <li>3. Конъюнктура рынка и ее показатели.</li> <li>4. Анализ конкурентов и их рыночной политики.</li> <li>5. Оценка конкурентного давления.</li> <li>6. Исследование и прогноз конкурентных условий.</li> <li>7. Трехмерная модель конкурентоспособности.</li> <li>8. Матричные методы оценки конкурентоспособности фирмы.</li> <li>9. Оценка потенциала конкурентоспособности.</li> <li>10. Функционально-стоимостной анализ и его технология.</li> </ol>
4	Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Системный подход к оценке и управлению конкурентоспособностью.</li> <li>2. Основные силы конкуренции по модели Портера.</li> <li>3. Оценка конкурентного потенциала фирмы.</li> <li>4. Оценка конкурентоспособности продукции.</li> <li>5. Информационное обеспечение оценки конкурентоспособности.</li> <li>6. Система показателей конкурентоспособности организации.</li> <li>7. Связь конкурентоспособности товара и фирмы.</li> <li>8. Методы эталонного сопоставления.</li> <li>9. Рейтинговые методы оценки конкурентоспособности организации.</li> <li>10. Факторы конкурентоспособности на предприятиях различных отраслей.</li> <li>11. Международный маркетинг и аспекты управления конкурентоспособностью.</li> </ol>
5	Анализ и выявление конкурентных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели и задачи стратегического анализа.</li> <li>2. Блоки управления конкурентоспособностью организации.</li> <li>3. Бенчмаркинг как способ анализа конкурентных преимуществ.</li> </ol>

	преимущества предприятия	4. SWOT-анализ как метод анализа конкурентных преимуществ. 5. Выявление и ранжирование критериев выбора товара и фирмы потребителем. 6. Маркетинговые решения как основа создания и укрепления конкурентных преимуществ. 7. Актуальные направления приобретения и удержания стратегических преимуществ.
6	Стратегическое планирование и разработка программ развития предприятия	1. Этапы стратегического управления конкурентоспособностью предприятия. 2. Анализ и выявление возможных направлений стратегического развития. 3. Виды стратегий предприятия. 4. Позиционирование как метод конкуренции. 5. Процедуры обоснования и разработки программ корпоративного развития. 6. Методы выбора стратегических альтернатив. 7. Коммуникационная поддержка конкурентной стратегии. 8. Оценка эффективности конкурентной стратегии. 9. Значение концепции социальной ответственности бизнеса и корпоративной этики и культуры для реализации успешной стратегии рыночного поведения. 10. Коммуникационная поддержка конкурентной стратегии.

**5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем** - учебным планом не предусмотрено

**5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий** - предусмотрено выполнение РГЗ

**5.4. Перечень контрольных работ** - учебным планом не предусмотрено

## **6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **6.1. Перечень основной литературы**

1. *Головачев, А.С.* Конкурентоспособность организации / А.С. Головачев - Минск: Высшая школа, 2012. - 319 с. ISBN 978-985-06-1862-7.
2. *Старикова, М.С.* Инструменты обеспечения конкурентоспособности промышленной продукции: монография / М.С. Старикова. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2014. - 132 с.
3. *Щетинина, Е.Д.* Управление конкурентоспособностью фирмы / Е.Д. Щетинина, А.А. Рудычев, В.В. Выборнова, Е.А. Никитина - Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. - 138 с. ISBN 978-985-06-1667-8.
4. *Щетинина, Е.Д.* Конкурентоспособность промышленного предприятия в условиях импортозамещения: монография / Е.Д. Щетинина, Т.А. Дубровина, М.С. Старикова, Н.В. Дубино, Т.Н. Пономарева, А.М. Петимко. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. - 172 с. ISBN 978-5-361-00280-1.

### **6.2. Перечень дополнительной литературы**

1. *Беляев, В.И.* Менеджмент / В.И. Беляев. - М.: КНОРУС, 2009. - 250 с.

2. *Старикова, М.С.* Теория и методология адаптивного управления промышленной корпорацией: монография / М.С.Старикова – Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. – 220с.
3. *Щетинина, Е.Д.* Повышение эффективности управления промышленным предприятием на основе бенчмаркинга: монография / Е.Д.Щетинина, Т.В.Сапрыкина, К.И.Логачев. – Белгород: Изд-во БГТУ. – 2011. – 168с.
4. *Щетинина, Е.Д.* Управление развитием промышленной корпорации на основе клиентоориентированного подхода: монография / Е.Д.Щетинина, С.Н.Гришутина, М.С.Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ. – 2011. – 177с.

### **Справочно-нормативная литература**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1) от 30.11.94, №51-ФЗ
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 2) от 26.01.96, №14-ФЗ
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998, №146-фз.
4. Закон РФ о рекламе
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» №209 - ФЗ
6. Российский статистический ежегодник.
7. Бюллетень иностранной коммерческой информации.
8. Закон РФ о защите прав потребителя

### **6.3. Перечень интернет-ресурсов**

- 1.Официальный сайт Торгово-промышленной палаты РФ [www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru)
2. [mavriz.ru](http://mavriz.ru)
- 3.[www.gks.ru](http://www.gks.ru)
4. [www](http://www)
5. <http://www.ru4p.ru>
6. Официальный сайт Гильдии маркетологов [www.sda.rsuh.ru](http://www.sda.rsuh.ru)
7. <http://mgupp.ru/upload/i>
8. <http://www.koism.rags.ru/>

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

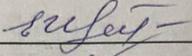
Аудитории для проведения лекционных и практических занятий оснащены учебной мебелью, портативным мультимедийным комплексом (ноутбук, цифровой проектор, средства звуковоспроизведения, экран), имеющим выход в сеть Интернет. Информационное обеспечение: пакет программ *MicrosoftOffice*.

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы с изменениями

Рабочая программа без изменений утверждена на 2016 /2017 уч. год.

Протокол № 11 заседания кафедры от «14» 06 2016 г.

Заведующий кафедрой  Е.Д. Щетина

Директор института  Ю.А. Дорошенко

### Добавить в перечень основной литературы:

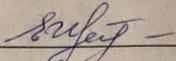
1. *Щетина, Е.Д.* Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности: монография / Е.Д. Щетина, М.С. Старикова, Т.Н. Пономарева, С.А. Туманов. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2016.- 229 с. ISBN 978-5-361-00367-9.

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы с изменениями

Рабочая программа без изменений утверждена на 2017 /2018 уч. год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «06» 06 2017 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Е.Д. Щетинина

Директор института \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Ю.А. Дорошенко

### Добавить в перечень дополнительной литературы:

1. Методические указания к выполнению расчетно-графического задания для магистрантов «Управление конкурентоспособностью фирмы». Белгород: БГТУ – 2017.



## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

### **Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины**

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью фирмы» представляет собой важную часть подготовки магистров по направлению 38.04.01 Экономика (профиль «Экономика фирмы»).

Методика преподавания дисциплины предусматривает чтение лекций, в том числе проблемных и в форме дискуссий, проведение практических занятий, выполнение РГЗ и самостоятельную работу.

Инструментами освоения учебного материала являются основные категории, термины и понятия данной сферы экономических знаний, закономерности и принципы формирования конкурентных преимуществ и стратегий, а также программ фирменного развития, правила и методики обоснования и оценки стратегических решений в сфере рыночной политики и конкурентной борьбы.

Формы контроля знаний предусматривают текущий и итоговый контроль. Контроль текущего характера состоит в опросах, тестах, решении задач и выполнении РГЗ. На лекциях излагаются основные понятия, их сущность, содержание, подходы и принципы управления конкурентоспособностью, формулируются положения по наиболее важным темам и разделам курса.

Практические занятия призваны закреплять теоретический материал.

Среди них особенно важны:

- умение изложить ответ на контрольный вопрос;
- правильно ответить на вопросы тестовых заданий;
- проанализировать заданную ситуацию;
- решить задачу, например, по оценке уровня конкуренции, коэффициента конкурентоспособности и т.п.
- составить бизнес-план или стратегию развития фирмы с целью повышения ее конкурентоспособности.

Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям, поиске необходимой информации по проблемным вопросам, выполнении РГЗ, подготовке к сдаче экзамена. По желанию студента возможно написание статьи или реферата по согласованной с преподавателем теме и доклад в группе. По содержанию реферата задаются вопросы его автору, проводится дискуссия. Написание реферата при прочих равных условиях повышает балл на экзамене.

### **Раздел 1. Методология, концепции, теоретические подходы к изучению конкуренции и конкурентоспособности**

Вводный раздел дисциплины содержит теоретические положения по изучению предмета, подходы, основанные на системном мышлении, диалектике и холистическом подходе.

Формулируются предмет, цели и задачи дисциплины, указываются основные методы ее изучения. Рассматривается структура и содержание

дисциплины, ее связь с другими курсами и практикой. Подчеркивается тесная взаимосвязь с маркетингом и маркетинговыми исследованиями бизнес-среды и поведения потребителей, а также сегментированием, позиционированием, стратегическим и бизнес-планированием.

В данном разделе далее рассматриваются: роль, значение и типы конкуренции в современной рыночной экономике, место конкурентного анализа в стратегическом менеджменте, основные функции и элементы управления конкурентоспособностью на предприятии. Указываются существующие и возможные уровни и предметы конкуренции. Отмечается влияние типа конкуренции на поведение предприятий и модель бизнеса.

Дается дефиниция конкурентоспособности как интегральной, целевой характеристики предприятия и более крупной экономической системы – региона, макроэкономики в целом. Трехмерная модель конкурентоспособности и ее значение для конкурентного анализа. Основные принципы изучения конкурентных рынков

Подчеркивается специфика конкурентоспособности на различных уровнях управления и в отраслевом разрезе. Рассматриваются ее основные составляющие в факторном разрезе.

Раскрываются функции менеджмента конкурентоспособности, его место на предприятии и в системе корпоративного управления. Указывается на новые тенденции в сфере управления конкурентоспособностью, влияние на этот процесс глобализации, цифровизации, сетизации, информатизации и подчеркивается необходимость инновационности ее характера. Излагаются ведущие концепции конкуренции (ресурсная, структурная, функциональная теории и т.п.), рассматривается теория пяти сил М.Портера (ромб), эволюционные теории конкуренции и ее анализа.

Термины и понятия: конкуренция, уровни и предметы конкуренции, факторы конкуренции, менеджмент кон-сти, конкурентный анализ, эволюция, стратегический анализ.

## **Раздел 2. Сущность и источники конкурентных преимуществ**

В данной теме следует рассмотреть: теории абсолютных и сравнительных преимуществ (А. Смит и Д. Рикардо), их развитие в настоящее время. Рассмотреть сущность конкурентных преимуществ и их виды: устойчивое и неустойчивое, копируемое и не копируемое, естественное и приобретенное и т.д. Рассматривается, как и какими способами может достигаться то или иное преимущество – с учетом отраслевой специфики и прочих факторов макро- и микросреды.

Исследуются и классифицируются также источники конкурентных преимуществ по их видам и местам возникновения. Даются принципы их сравнительного анализа.

Для выявления и оценки преимуществ следует рассматривать понятия внутренней и внешней среды бизнеса, их различные элементы и связь с конкурентоспособностью фирмы. Излагаются принципы и подходы к

исследованию конкурентной среды – определению остроты конкуренции, вариации рыночных долей, структуры рынка (коэффициент Герфиндаля-Хиршмана, коэффициент лояльности потребителей к конкурирующим фирмам и т.д.).

Следует отметить высокую роль инноваций как ключевого источника конкурентных преимуществ. Указывается на связь конкурентоспособности с экономическими концепциями: ресурсной, эволюционной и компетентностной теориями, различными видами маркетинга, формирующего рыночные преимущества – в виде марки, бренда, сервиса, преимуществ по издержкам или по широте ассортимента. Подчеркивается роль социально-этичного маркетинга и корпоративной социальной ответственности. Исследуется влияние государства и национальной внутренней и внешней экономической политики на формирование конкурентных преимуществ предприятия.

Обращается внимание на необходимость формирования корпоративной системы управления конкурентоспособностью и долгосрочными труднокопируемыми преимуществами как основой рыночного успеха фирмы.

Термины и понятия: абсолютные преимущества, сравнительные преимущества, источники конкурентных преимуществ, инновации как источник конкурентных преимуществ

### **Раздел 3. Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта и его среды**

В данной теме следует рассмотреть: факторы конкурентоспособности предприятий (интеграция, наукоемкость, гибкость, адаптивность, клиентоориентированность), тенденции в данной сфере управления на мировом уровне.

Изучается арсенал методов и инструментов анализа конкурентоспособности фирмы, сформированный к настоящему времени, следует изучить сущность методов оценки конкурентоспособности (нормативный, сравнительный, эталонный, рейтинговый и пр.) и дать их сравнительный анализ представить оценку конкурентоспособности как результата экономической диагностики, конкурентную позицию как итог борьбы рыночных сил и стратегических усилий фирмы.

Рассматриваются принципы функционально-стоимостного анализа конкурентоспособности.

Подробно рассматриваются методы и инструменты анализа и оценки конкурентоспособности – начиная от уровня продукции и заканчивая региональной.

Описываются матричные методы оценки, матрица BCG, PEST- и GAP- и SWOT-анализ, их достоинства и недостатки, области применения. Инструменты: бенчмаркинг, профиль конкурентных преимуществ. Конкурентное давление и его измерение.

Исследуются и рассматриваются причины низкой конкурентоспособности российской экономики и отдельных отраслей; пути ее повышения, в частности, за счет формирования систем качества, создания кластеров и агломераций, делового партнерства.

Термины и понятия: матричные методы, анализ сильных и слабых сторон, бенчмаркинг, рейтинговые методы.

#### **Раздел 4. Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки**

С этой целью изучаются основные категории и понятия темы.

Приводится общеметодологический подход к анализу конкурентоспособности – с точки зрения теорий диагностики, эволюционной и ресурсной теорий, трехмерный подход к оценке – с точки зрения потребителей, собственников (менеджмента) и конкурентов. Рассматриваются и группируются факторы конкурентоспособности предприятия, выделяются наиболее значимые и актуальные. Понятие интегральной оценки.

Изучаются методики оценки конкурентоспособности: нормативная, сравнительная, рейтинговая. Исследуется алгоритм оценки, включающий ряд этапов: общие особенности и этапы анализа конкурентной ситуации; выбор метода, сбор информации, расчет показателей.

Изучаются особенности корпоративного управления и его специфические влияние на конкурентоспособность и методические подходы к оценке с учетом корпоративной социальной ответственности.

Термины и понятия: факторы конкурентоспособности методы оценки, конкурентная позиция, статус, интегральный коэффициент конкурентоспособности.

#### **Раздел 5. Анализ и выявление конкурентных преимуществ предприятия**

В этом разделе изучается такой прием маркетинга, как конкурентное сегментирование рынка и его современные принципы, рассматриваются методики и инструментарий фирменного и товарного позиционирования, а также виды позиций на рынке в связи с преимуществами.

Изучаются подходы к выбору направлений конкурентной борьбы, ее издержки и риски; подчеркивается роль инноваций, кластеров, интеграции как способа создания преимуществ.

Рассматриваются примеры конкурентных позиций и преимуществ в различных отраслях.

Термины и понятия: конкурентное сегментирование и позиционирование, типы рыночных позиций, инновации, кластеры, интеграция

## **Раздел 6. Стратегическое планирование и разработка программ развития предприятия**

В данном разделе следует рассмотреть, а затем закрепить на практике методические подходы к оценке, выбору, разработке и реализации конкурентных стратегий предприятия.

С этой целью изучаются основные категории и понятия темы. Прежде всего, это: классификация конкурентных стратегий, их основные виды (стратегии позиционирования, конверсии, обороны, роста по товарам и рынкам, диверсификация). Классификация стратегий по И. Ансоффу. Рассматривается такой новый вид стратегии, как стратегия подстраивания под инвестора. Венчурные стратегии и их специфика. Дается понятие стратегических маркетинговых решений и описываются методы их принятия и поддержки. Описывается опыт стратегического конкурентного поведения ведущих отечественных и зарубежных компаний.

Соотношение политики фирмы и ее рыночной стратегии, планирование уровня конкурентоспособности.

Ценовые стратегии как элемент корпоративной стратегии.

Организационные изменения как вид стратегии конкурентной борьбы.

Этапы разработки стратегий и программ корпоративного развития. Формулировка миссии и целей. Критерии оценки вариантов: шансы и риски, актуальность, соответствие миссии, наличие ресурсов, возврат инвестиций и т.д.

Рассматриваются вопросы коммуникационной поддержки стратегий конкуренции.

Обращается внимание на особенности современного корпоративного управления и обеспечения конкурентоспособности. Подчеркивается значение концепции социальной ответственности бизнеса и корпоративной этики и культуры для реализации успешной стратегии рыночного поведения.

Термины и понятия: стратегия, инвестиции, программы развития, стратегические маркетинговые решения, риски, корпоративная этика.