

РУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
ИМЕНИ В.П.Чернова
РИУ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины
«КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

для направления
«Менеджмент»
(наименование направления)

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе  И.В.Щербакова

Программа одобрена на заседании Ученого совета факультета управления
от 14. 01. 2011 г., протокол № 1.

Москва 2011

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.

Рабочая программа дисциплины «Конкурентоспособность» разработана в полном соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по данной дисциплине. В рамках этой дисциплины изучаются следующие понятия: рынок и его структура, сегмент рынка, рыночная ниша, рыночная конъюнктура, конкуренция, методы измерения концентрации рынка, конкурентоспособность товара и предприятия, методы определения уровня конкурентоспособности, внутренние и внешние факторы конкурентоспособности.

Предмет изучения дисциплины «Конкурентоспособность» – система экономических, организационных и правовых отношений на конкурентных рынках, основанная на действующих законодательных и нормативных актах, регулирующих деятельность хозяйствующих субъектов на различных типах рынков и направленная на повышение эффективности работы экономических субъектов, а также на максимальное удовлетворение запросов потребителей.

Цели преподавания дисциплины :

- Содействие эффективной и всесторонней подготовке менеджеров.
- Формирование знаний и умений оценивать конкурентоспособность фирмы и ее продукции на основе предлагаемых подходов и методик.
- Формирование знаний и умений разрабатывать организационно - управленческие мероприятия по обеспечению требуемой конкурентоспособности фирмы в целом и ее продукции.
- Формирование умения управлять конкурентоспособностью , выявлять и обеспечивать конкурентные преимущества ;
- Обучение способности понимать ситуацию, аргументировать и доказывать собственную точку зрения.

Предлагаемая программа и дисциплина в целом призваны решить следующие **задачи**:

- оптимально организовать процесс изучения предмета, зафиксировав правила учебного процесса;
- развить определенные навыки и сформировать необходимые умения;
- развить способности к диагностике проблем, оценке бизнес - ситуаций, умения решать проблемы;
- определить критерии выявления уровня знаний;
- предоставить необходимые материалы для самостоятельной подготовки студентов;
- привести необходимую для изучения курса основную и дополнительную литературу.

Предметом изучения учебной дисциплины является исследование методов, инструментов, законов и закономерностей работы организаций и предприятий в условиях рыночной конкуренции. Знания теоретических основ достижения конкурентоспособности и приобретение практических навыков в данной области позволят специалистам успешно руководить предприятием и людьми в условиях рыночной экономики, разрабатывать эффективную управленческую политику организаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП.

Учебная дисциплина «Конкурентоспособность» относится к вариативной части дисциплин профессионального цикла, изучается по выбору студентов на 5 курсе.

Вопросы планирования бизнеса рассматриваются в контексте таких дисциплин, как «Институциональная экономика», «Экономика предприятия», «Организация и планирование производства», «Маркетинг», «Бизнес-планирование» и др.

Полученные в процессе обучения знания, умения и навыки используются для сбора, обработки и анализа информации при изучении других дисциплин профессионального цикла и в профессиональной деятельности.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник по направлению подготовки «Менеджмент» с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными (ОК)

- способностью занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- информации, владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);

- способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

б) профессиональными (ПК):

- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);
- способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);

В результате изучения данного курса студенты должны:

Знать:

1. основные термины и определения курса;
2. методологию анализа конкурентоспособности
3. факторы конкурентоспособности фирмы и ее продукции
4. методику диагностики конкурентной среды предприятия;
5. источники конкурентного преимущества;
6. методы и практику регулирования конкурентных отношений на отечественном рынке;
7. модель анализа деятельности конкурентов, методику построения конкурентной карты рынка
8. методики оценки конкурентоспособности продукции, показатели оценки
9. методики и подходы к анализу и оценке конкурентоспособности фирмы
10. технологические, организационно - управленческие, экономические методы обеспечения конкурентоспособности фирмы
11. системы управления качеством и конкурентоспособностью базовые стратегии конкуренции

Уметь:

1. находить и использовать соответствующую информацию для анализа конкурентов;
2. адаптировать рассмотренные методики к конкретным ситуациям, фирмам и продукции.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов нового управленческого мышления.

Программа рассчитана на 144 часов. Из них 130 часов отводится на самостоятельную работу студента, 14 часов на лекции и практические занятия.

Тематический план дисциплины (5 курс)

Наименование глав и разделов	Учебная нагрузка студента				
	максимальная	самостоятельная	Обязат. при заочной форме обучения		
			Всего	В том числе	
				Обзорно - установ. занятия	Лаб. раб. практ. занятия
Введение	1	1	-	-	-
Глава 1. Концепция конкурентоспособности фирмы и ее продукции. Конкуренция как фактор маркетинговой среды предприятия.	10	9.5	0.5	0,5	-
Глава 2. Основы теории конкурентного	13	12.5	0.5	0,5	-

<i>преимущества</i>					
Глава 3. Диагностика конкурентной среды предприятия	15	14	1	0,5	0,5
Глава 4. Анализ деятельности конкурентов	16	15	1	0,5	0,5
Глава 5. Методические подходы к анализу и оценке конкурентоспособности фирмы и продукции.	28	25	3	2	1
Глава 6. Ценовая политика фирм и конкурентоспособность	17	15,5	1,5	1	0,5
Глава 7. Методы обеспечения конкурентоспособности фирмы. Менеджмент качества	18	16	2,5	2	0,5
Глава 8. Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности	18	16	2,5	2	0,5
Глава 9. Типы конкурентных стратегий	8	6,5	1,5	1	0,5
Всего по дисциплине	144	130	14	10	4
Зачетная единица	4				

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение.

Глава 1. . Концепция конкурентоспособности фирмы и ее продукции. Конкуренция как фактор маркетинговой среды предприятия

Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Конкурентоспособность : сопряженные категории, уровни анализа, показатели. Микро-мезо-макроконкурентоспособность. Конкурентоспособность как объект управления. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран. Общая конкурентоспособность продукции российских производителей в сравнении с мировой товарной конкурентоспособностью. Мировая фирменная и отраслевая конкурентоспособность.. Сравнительная страновая конкурентоспособность России. Конкуренция и конкурентоспособность. Экономическое содержание конкуренции. Конкуренция и рыночная структура Модели конкуренции. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию. Конкуренция на мировом рынке и ее особенности. Современная парадигма развития конкуренции. Практика регулирования конкурентных отношений на отечественном рынке

Глава 2. Основы теории конкурентного преимущества

Понятие конкурентного преимущества. Модели М. Портера. Преимущества низкого и высокого порядка. Детерминанты конкурентного преимущества. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества фирмы. Конкурентный статус фирмы : понятие, оценка уровня

Глава 3. Диагностика конкурентной среды предприятия

Конкурентная среда как часть маркетинговой среды предприятия. Характеристика конкурентной среды предприятия и ее структура. Диагностика факторов конкурентной среды. Модель пяти сил конкуренции. Оценка интенсивности конкуренции как важнейшей характеристики уровня активности конкурентной среды. Конкурентный анализ отрасли. Отраслевые ключевые факторы успеха

Глава 4. Анализ деятельности конкурентов

Модель изучения конкурентов. Структура анализа деятельности конкурентов. . Диагностика целей и намерений конкурентов. Анализ рыночной доли конкурентов. Изучение методов реализации товарной и ценовой политики конкурентов. Анализ организации сбытовой сети конкурентов. Оценка финансовой стабильности конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.

Глава 5. Методические подходы к анализу и оценке конкурентоспособности фирмы и продукции

Цели оценки конкурентоспособности фирмы для различных уровней управления. Общие подходы к оценке конкурентоспособности фирмы : с позиций сравнительных преимуществ, с позиций теории равновесия и факторов производства, с позиции эффективной конкуренции, на базе теории качества продукции, на базе матричных методов , на базе теории конкурентного преимущества. Технология оценки :

лист оценки конкурентоспособности фирмы относительно конкурентов, лист для анализа силы и слабости фирмы в конкурентной борьбе, многокритериальная матрица Маккинзи “привлекательность рынка-конкурентоспособность”. Экспертные системы оценки конкурентоспособности.. Рейтинговые системы. Методика оценки конкурентоспособности промышленной фирмы. Оценка конкурентоспособности организации в российских и международных моделях Премий качества . Основные категории, определяющие конкурентоспособность продукции. Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность продукции. Оценка уровня конкурентоспособности. Схема оценки конкурентоспособности продукции. Оптимизация выбора базового образца. Методы оценки : дифференциальный , смешанный , комплексный. Показатели оценки : единичные, групповые, интегральный. Методики оценки конкурентоспособности отдельных видов промышленной продукции.

Глава 6. Ценовая политика фирм и конкурентоспособность

Конкурентоспособность и маркетинговые стратегии ценообразования. “Цена потребления” как фактор конкурентоспособности. Понятие мировой цены. Множественность цен. Виды цен : справочные, прейскурантные, биржевые, аукционные, цены каталогов, торгов, предложения, фактических сделок, расчетные. Понятие демпинга. Формирование цен с учетом международных торговых условий ИНКОТЕРМС.

Глава 7. Методы обеспечения конкурентоспособности фирмы. Менеджмент качества

Методы обеспечения конкурентоспособности фирмы : технологические, организационно-управленческие, экономические. Качество как экономическая категория и объект управления. Эволюция подходов к менеджменту качества. Методологические основы управления качеством : аспекты качества продукции, контроль качества, значение стандартизации. Системное управление качеством и конкурентоспособностью : японские системы , европейские концепции обеспечения качества, системы TQM, UQM, QM, ISO - 9000. Ситуация с обеспечением качества на российских предприятиях. Сертификация систем качества: понятия, этапы проведения, международная практика.

Глава 8. Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности

Выбор базовой стратегии конкуренции . Адаптация стратегий конкуренции к особенностям рынка. SWOT -анализ, “портфельный анализ” (анализ товарного ассортимента) фирмы как основа выбора конкурентной стратегии. Анализ привлекательности рынка - основа оценки конкурентной позиции фирмы. Стратегия снижения издержек : преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Бизнес - пример. Стратегия дифференциации продукции : преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Бизнес - пример. Стратегия фокусирования(сегментирования рынка) : преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Бизнес - пример. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке. Адаптация стратегии конкуренции к особенностям динамики рынка.

Глава 9. Типы конкурентных стратегий

Понятие виолентной стратегии(фирмы - львы, слоны и бегемоты). База и границы эффективности крупного производства. Стратегии обслуживания массового спроса, подавления конкурентов. Понятие коммутантной стратегии (фирмы - “серые мыши”) . Локальные потребности и их роль на рынке. Стратегия борьбы с конкурентами и разновидности коммутантов. Понятие эксплерентной стратегии (фирмы - “первые ласточки”). Радикальные инновации - путь к свободным от конкуренции рынкам. Проблемы финансирования и эволюция фирмы - эксплорента. Понятие патентной стратегии (фирмы - “хитрые лисы”). Дифференциация продукта как способ борьбы за потребителя. Стратегия по отношению к конкурентам и эволюционный путь фирмы - патента.

5.2. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие
2. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.
3. Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие. Издательство: Юнити-Дана, 2011 г.

4. Кузнецова Е. И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства - М.: Юнити-Дана; 2012 г.
5. Чурсин А. А. Теоретические основы управления конкурентоспособностью. - М.: Спектр; 2012 г.
6. Чувин В. А. Создание конкурентоспособной продукции. Концептуальный аспект. Издательство: Либроком; 2009 г.

1.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

2. Девяткин Е.А. Теория и практика конкуренции. – М.: ЕОАИ, 2008.
1. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью : учебное пособие/ Е.И. Мазилкина; 2 - е изд., стер.. - М.: Омега-Л, 2008
- Прахалад К.К., Рамасвами В. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Изд-во Эксмо, 2004

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.

- компьютеры с доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Учебно-методический модуль по дисциплине «Конкурентоспособность», составленный в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, включает в себя пособие (в объеме 144 часа), комплект контрольных заданий, которые дают целостную систему знаний, обеспечивая их глубину и прочность.

Контроль знаний студентов осуществляется на основе выполнения двух видов тестовых заданий (всего 108 и 90 вопросов), позволяющих оценить знания студентов по каждому разделу изучаемой дисциплины, а также контрольной и практической работ, позволяющие выявить способности студента к самостоятельному решению задач, определяемых содержанием дисциплины «Конкурентоспособность».

Разработчики:

К.э.н. доцент Арефьев В.А. доцент РИУ

Рецензент:

К.э.н. доцент Веницковская О.Н. доцент ВГНА

Утверждение рабочей программы учебной дисциплины

Уполномоченный орган (должностное лицо)	Дата принятия решения	№ документа
Ученый совет факультета управления	14.01.2011	Протокол № 1

Внесение изменений в рабочую программу учебной дисциплины

Уполномоченный орган (должностное лицо)	Дата принятия решения	№ документа
Ученый совет факультета управления	26.01.2012	Протокол № 1
Ученый совет факультета управления	17.01.2013	Протокол № 1
Ученый совет факультета управления	14.01.2014	Протокол № 1