

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 29.09.2022 15:23:40
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
«28» августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Анализ конкуренции

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов очной формы обучения

Составитель: Комарова Е.В., к.э.н., доцент

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом

Анализ конкуренции

2. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов комплекса теоретических знаний, умений и навыков анализа конкуренции для оценки конкурентоспособности объекта, обоснования конкурентной стратегии и соответствующих компетенций при принятии адекватных управленческих решений.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование комплекса понятий, характеризующих сущность, функции и методы анализа конкуренции;
- формирование знаний о тенденциях и закономерностях развития конкуренции, о факторах внешнего и внутреннего (по отношению к организации) характера, определяющих конкурентоспособность объекта;
- овладение методами оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления;
- приобретение практических навыков использования методов оценки поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина входит в состав вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

Преподавание данной дисциплины в содержательно-логическом плане связано с такими дисциплинами, как: Экономическая теория, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Управление проектами и изменениями, Ценообразование в маркетинге и др.

4. Объем дисциплины:

Очная форма: 3 зачетных единицы, 108 академических час., **в том числе контактная работа:** лекции 36 час., практические занятия 36 час., **самостоятельная работа** 36 час.

Заочная форма: 3 зачетных единицы, 108 академических час., **в том числе контактная работа:** лекции 4 час., практические занятия 6 час., **самостоятельная работа** 94 час., контроль 4 часа.

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

Этап формирования компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)
<p>ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Начальный уровень: Владеть: - методиками оценки влияния внешней среды на организацию; - методиками анализа поведения потребителей.</p>
	<p>Уметь: - оценивать воздействия внешней среды на функционирование организации; - анализировать поведение потребителей экономических благ и уровень спроса на рынке.</p>
	<p>Знать: - экономические основы поведения организаций; - законы спроса и предложения на рынке; - понятие и виды рынков; - методы анализа внешней среды организации.</p>
	<p>Промежуточный уровень Владеть: - методиками анализа рыночной среды, отрасли; - методами оценки рыночных и специфических рисков.</p>
	<p>Уметь: - анализировать конкретные рынки; - идентифицировать и анализировать факторы конкурентной среды отрасли; - идентифицировать и анализировать рыночные и специфические риски.</p>
<p>ПК-15 – уметь проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p>	<p>Начальный уровень: Владеть: - методами анализа рынка и выявления рыночных рисков.</p>
	<p>Уметь: - проводить маркетинговые исследования с целью идентификации рыночных рисков; - определять причины появления рыночных рисков.</p>
	<p>Знать: - сущность и виды рыночных рисков; - методы анализа рынка и выявления рыночных рисков.</p>
	<p>Промежуточный уровень: Владеть: - методами анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений; - методами принятия решений об инвестировании и финансировании с учетом рыночных и специфических</p>

	рисков.
	Уметь: - идентифицировать и анализировать рыночные и специфические риски; - определять стоимость рисков; - выбирать оптимальные методы управления рисками в условиях инвестирования и финансирования.
	Знать: - сущность и виды рыночных и специфических рисков; - методы управления рисками и условия их применения; - способы оценки стоимости рисков; - особенности и принципы инвестирования и финансирования с учетом рисков.

6. Форма промежуточной аттестации – зачет.

7. Язык преподавания русский.

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

1. Для студентов очной формы обучения

2.

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) работы	
Раздел 1 Концептуальные основы анализа конкуренции Тема 1.1 Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы	12	4	4	4
Тема 1.2 Научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов	12	4	4	4
Тема 1.3 Система управления конкурентоспособностью объектов	12	4	4	4
Тема 1.4 Конкурентная среда предприятия и ее анализ	12	4	4	4
Тема 1.5 Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий	12	4	4	4

Раздел 2 Экономическое поведение предприятия по обеспечению конкурентоспособности				
Тема 2.1 Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия	12	4	4	4
Тема 2.2 Конкурентная стратегия предприятия	12	4	4	4
Тема 2.3 Стратегия конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов	12	4	4	4
Тема 2.4 Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия	12	4	4	4
Контроль	0			
ИТОГО	108	36	36	36

2. Для студентов заочной формы обучения – ускоренное обучение по индивидуальному плану

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
Раздел 1 Концептуальные основы анализа конкуренции				
Тема 1.1 Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы	13	1	1	11
Тема 1.2 научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов	13	1	1	11
Тема 1.3 Система управления конкурентоспособностью объектов	13	1	1	11
Тема 1.4 Конкурентная среда предприятия и ее анализ	13	1	1	11
Тема 1.5 Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий	11		1	10

Раздел 2 Экономическое поведение предприятия по обеспечению конкурентоспособности Тема 2.1 Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия	11		1	10
Тема 2.2 Конкурентная стратегия предприятия	10			10
Тема 2.3 Стратегия конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов	10			10
Тема 2.4 Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия	10			10
Контроль	4			
ИТОГО	108	4	6	94

Учебная программа дисциплины

РАЗДЕЛ 1 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА КОНКУРЕНЦИИ

Тема 1.1 Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы

Сущность и структура конкурентоспособной экономики. Понятие, функции и движущие силы конкуренции. Виды и формы конкуренции в бизнес-среде. Методы конкуренции и типы конкурентного поведения. Стратегия рыночной конкуренции: понятие и классификация.

Тема 1.2 Научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов

Сущность, системообразующие факторы и элементы конкурентоспособности объектов. Конкурентный потенциал предприятия. Конкурентный риск: сущность, виды, причины и факторы. Факторы внешнего и внутреннего (по отношению к организации) характера, определяющие конкурентоспособность. Сущность, актуальность и принципы оценки конкурентоспособности объектов. Методические подходы к оценке конкурентоспособности различных объектов.

Тема 1.3 Система управления конкурентоспособностью объектов

Система управления конкурентоспособностью: понятие и особенности. Процессы глобализации, уровни и параметры конкурентоспособности в рамках всемирного хозяйства. Структура и содержание системы управления конкурентоспособностью предприятия. Принципы и подходы к управлению

конкурентоспособностью. Принятие решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия.

Тема 1.4 Конкурентная среда предприятия и ее анализ

Структура и характеристика конкурентной среды предприятия. Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке. Структура и основные этапы конкурентного анализа. Конкурентная карта рынка: содержание и принципы построения.

Тема 1.5 Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий

Современная правовая и организационная основа защиты и развития конкуренции в РФ. Формы и методы государственного регулирования конкурентоспособности предприятий. Антимонопольное законодательство РФ. Защита прав потребителей. Техническое регулирование в обеспечении конкурентоспособности.

РАЗДЕЛ 2 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Тема 2.1 Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия

Конкурентная разведка: понятие, цели, задачи. Принципы и инфраструктура конкурентной разведки. Информация в конкурентной разведке. Организация конкурентной разведки на предприятии.

Тема 2.2 Конкурентная стратегия предприятия

Конкурентная стратегия: понятие и классификация. Методические подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия. Стратегия в отношении покупателей и поставщиков. Анализ и оценка реализации стратегии предприятия.

Тема 2.3 Стратегия конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов

Конкурентные стратегии в сфере крупного стандартного производства (фирмы-виоленты). Конкурентные преимущества предприятий узкой специализации (фирмы-пациенты). Конкурентная стратегия в сфере радикальных инноваций (фирмы-эксплеренты). Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса (фирмы-коммутанты).

Тема 2.4 Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия

Роль управления качеством в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Концепция Всеобщего управления качеством (TQM). Премии в области качества. Достижение устойчивого успеха предприятия на основе менеджмента качества. Постоянное совершенствование в системе менеджмента.

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

Методические указания по проведению практических занятий

Практические занятия являются основными для закрепления теоретических знаний. Это тот вид учебной деятельности студентов, который призван формировать культуру их умственного труда и самостоятельность в приобретении новых знаний, навыков и умений.

Они являются основным методом закрепления знаний и проводятся после прочтения лекций с целью: углубить и закрепить теоретические знания; учить умелому и сознательному применению теории и методов дисциплины на практике; привить обучающимся навыки самостоятельного решения задач.

Практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом занятии – непосредственная работа обучающегося. Практические занятия проводятся с целью: помочь студентам систематизировать, закрепить и углубить знания; показать связь теории с практикой, выработать определенные умения и навыки; помочь в развитии навыков работы с научной литературой и нормативно-правовыми актами; выработки навыков в решении задач, в производстве расчетов, в разработке и оформлении документов.

На практических занятиях студенты должны проявлять активность в решении задач, так как это позволяет достаточно эффективно усваивать теоретический материал. Решение многих вопросов осуществляется при использовании групповых методов работы, предусматривающих формирование конечного результата путем обсуждения мнений участников группы.

Содержание практических занятий (ПЗ)

Раздел дисциплины		Тематическое содержание ПЗ	Формы текущего контроля
№ п.п.	Наименование		
Раздел 1 Тема 1.1	Концептуальные основы анализа конкуренции Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы	Конкуренция, сущность, формы, виды: карта понятий и терминов. Конкурентоспособная экономика. Инновационная экономика. Экономика знаний. Цифровая экономика. Роль, общие функции и движущие силы конкуренции в рыночной экономике. Методы конкуренции и типы конкурентного поведения.	Таблицы Система показателей Презентация Тестирование

Тема 1.2	Научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов	<p>Конкурентоспособность объектов, конкурентное преимущество, конкурентный потенциал, конкурентный риск: карта понятий и терминов. Системообразующие факторы конкурентоспособности товара. Прицельное качество. Модель Н. Кано. Типы конкурентного преимущества по М. Портеру.</p> <p>Конкурентный риск: виды, индикаторы, факторы. Совокупный конкурентный риск субъектов бизнеса. Конкурентные позиции. Пятифакторная модель Э. Альмана. Методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности объектов.</p>	<p>Таблицы Презентация Система показателей Решение ситуационных заданий Тестирование</p>
Тема 1.3	Система управления конкурентоспособностью объектов	<p>Система управления конкурентоспособностью: карта понятий и терминов.</p> <p>Процессы глобализации, уровни и параметры конкурентоспособности в рамках всемирного хозяйства. Факторы конкурентоспособности национальной экономики.</p> <p>Международные рейтинги конкурентоспособности и место России в этих рейтингах.</p> <p>Модели разработки и принятия управленческих решений в условиях неопределенности.</p> <p>Методы оценки экономической эффективности принятия управленческого решения.</p>	<p>Таблицы Рисунки Презентация Решение ситуационных заданий Тестирование</p>
Тема 1.4	Конкурентная среда предприятия и ее анализ	<p>Конкурентная среда предприятия: карта понятий и терминов.</p> <p>Особые экономические зоны.</p> <p>Диагностика конкурентной среды. Модель конкурентного анализа по М. Портеру. «Национальный ромб» Портера.</p> <p>Анализ состояния конкуренции на товарном рынке. Структура и основные этапы анализа деятельности конкурентов.</p> <p>Диагностические компоненты анализа конкурентов (по М. Портеру).</p> <p>Построение конкурентной карты рынка. Региональные рейтинги и место Тверского региона в этих рейтингах.</p> <p>Индекс конкурентоспособности бизнеса (BCG).</p>	<p>Таблица Система показателей Презентация Решение ситуационных заданий Тестирование</p>
Тема 1.5	Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий	<p>Формы, методы государственного регулирования конкурентоспособности: карта понятий и терминов.</p> <p>Глобализация и роль государства в развитии экономики. Правовое</p>	<p>Таблицы Презентация Система показателей Решение</p>

		<p>регулирование конкуренции и ограничения монополистической деятельности в РФ. Защита прав потребителей и техническое регулирование.</p> <p>Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ на период 2013-2024 гг. Индикаторы государственного управления (WGI)/</p>	ситуационных заданий
<p>Раздел2</p> <p>Тема 2.1</p>	<p>Экономическое поведение предприятия по обеспечению конкурентоспособности</p> <p>Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия</p>	<p>Конкурентная разведка: карта понятий и терминов.</p> <p>Правовое регулирование деятельности по сбору и анализу информации о конкурентах в РФ. Инфраструктура конкурентной разведки. Информация в конкурентной разведке. Этапы разведывательного цикла обработки информации.</p> <p>Виды информации о конкурентах. Конкурентный шпионаж, его разновидности. Организация конкурентной разведки на предприятии.</p>	<p>Таблица</p> <p>Презентация</p> <p>Решение</p> <p>Ситуационных заданий</p>
Тема 2.2	Конкурентная стратегия предприятия	<p>Конкурентная стратегия: карта понятий и терминов.</p> <p>Методические подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия. Модели обоснования стратегий: модель «товар-рынок»; GAP-анализ; модель Томпсона и Стрикленда; портфельная модель «Мак-Кинси»; модель «7S»; матрица BCG. Оценка экономической эффективности реализации стратегии. Сбалансированная система показателей (ССП). Модели: TPS; IAM; SN. Метод OVAR.</p>	<p>Таблицы</p> <p>Презентация</p> <p>Система показателей</p> <p>Решение</p> <p>ситуационных заданий</p> <p>Тестирование</p>
Тема 2.3	Стратегия конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов	<p>Классификация стратегий конкурентного поведения А. Ю. Юданова.</p> <p>Конкурентные стратегии в сфере крупного стандартного производства (фирмы-виоленты).</p> <p>Конкурентные преимущества предприятий узкой специализации (фирмы-пациенты). Конкурентная стратегия в сфере радикальных инноваций (фирмы-эксплеренты).</p> <p>Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса (фирмы-коммутанты).</p>	<p>Таблица</p> <p>Презентация</p> <p>Решение</p> <p>ситуационных заданий</p> <p>Тестирование</p>
Тема 2.4	Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия	<p>Система менеджмента качества (СМК): карта понятий и терминов.</p> <p>Модель концепции Всеобщего управления качеством (TQM).</p>	<p>Таблица</p> <p>Презентация</p> <p>Система показателей</p>

	Концептуальная модель удовлетворенности потребителей. Модель Н. Кано. Методы измерения удовлетворенности потребителей. Стандартизация в обеспечении конкурентоспособности. Национальная система стандартизации. Категории и виды стандартов. Уровни и подуровни субъектов стандартизации.	Решение ситуационных задач Тестирование
--	---	--

Методические указания для обучающихся в данном разделе раскрывают рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы по:

- изучению теоретических положений по дисциплине;
- выполнению рефератов;
- подготовки презентаций;
- составлению кроссвордов;
- решению ситуаций и заданий;
- подготовки к выступлениям и устным ответам;
- организации самостоятельной работы обучающихся;
- использованию информационных технологий и др.

Виды самостоятельной работы обучающихся:

1) работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия вне аудиторных занятий;

2) индивидуальная и коллективная деятельность, направленная на усвоение теоретического материала, формирование и развитие различных умений и навыков в рамках учебных занятий и вне расписания;

3) деятельность обучающихся, разделяющаяся на обязательную (подготовка к учебным занятиям) и дополнительную (самообразование), которая организуется в соответствии с их личными запросами и интересами, не контролируется и не направляется извне.

Характер самостоятельной работы студентов

1) репродуктивный – самостоятельное прочтение, конспектирование учебной литературы и др.;

2) познавательно-поисковый – подготовка презентаций, выступлений, выполнение различных видов работ в рамках учебного плана;

3) творческий – подготовка эссе, выполнение творческих заданий, подготовка выпускной квалификационной работы и др.

Методические рекомендации преподавателю по организации самостоятельной работы обучающихся

Преподавателю необходимо:

– овладеть технологией диагностики умений и навыков самостоятельной работы обучающихся в целях соблюдения преемственности в их совершенствовании;

– продумать процесс поэтапного усложнения заданий для самостоятельной работы обучающихся;

- обеспечить самостоятельную работу обучающихся учебно-методическими материалами, отвечающими современным требованиям управления указанным видом деятельности;
- разработать систему контрольно-измерительных материалов, призванных выявить уровень знаний.

Формы организации внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся может быть связана как с углублением понимания вопросов, изученных на учебных занятиях, так и изучением тем, не освещенных в ходе аудиторных занятий.

1-й уровень сложности (для обучающихся 1 курса):

- составление простого и развернутого плана выступления;
- составление словаря терминов, понятий и определений;
- выделение главных положений (тезисов) и соединение их логическими связями;
- написание репродуктивного реферата;
- постановка вопросов к тексту;
- ответы на вопросы к тексту и др.

2-й уровень сложности (для обучающихся 2-4 курсов):

- составление конспекта в виде таблицы, рисунка;
- написание аналитических рефератов по одному или нескольким источникам информации в рамках одной темы;
- решение задач, анализ проблемных ситуаций, решение кейсов.
- выполнение эссе; разработка проекта; интервью; электронная презентация и др.

Современные педагогические подходы ориентируют преподавателя на сокращение удельного веса фронтальных заданий и комбинирование коллективных, парных, групповых (3-5 чел.) и индивидуальных форм организации студентов для выполнения самостоятельных заданий.

При планировании самостоятельной работы обучающихся необходимо учитывать трудозатраты на выполнение отдельных заданий во избежание физических перегрузок обучающихся.

Методика расчета трудозатрат студентов по выполнению самостоятельной работы обучающихся

Форма выполнения задания	Трудозатраты в расчете час/лист А4		
	Уровень сложности задания		
	1	2	3
Конспект	0,2	0,3	0,4
Аналитический реферат, доклад	1	1,5	2
Разработка презентации	1	2	4
Эссе, решение проблемных ситуаций, кейсов	1	1,5	2
Разработка проекта	2	2	4
Составление кроссворда	2	2	4

Реферат является одной из форм самостоятельной зачетной работы студентов. Реферат является научной работой, поскольку содержит в себе элементы научного исследования. Структура реферата:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения.

Каждая структурная часть реферата начинается с новой страницы. Общий объем реферата не должен превышать 20 страниц.

Титульный лист реферата включается в общую нумерацию, но номер страницы на нем не проставляется.

Содержание включает порядковые номера, наименование разделов и подразделов с указанием номеров начальных страниц. Введению, заключению, библиографическому списку порядковые номера не присваиваются.

Содержание размещают с новой страницы после титульного листа. Слово «содержание» располагается посередине страницы с прописной буквы или прописными буквами, выделяется «жирным шрифтом». Содержание является второй страницей реферата, номер на странице проставляется в нижней части страницы посередине.

Введение должно содержать постановку проблемы в рамках выбранной темы, содержать цель и задачи выполнения работы.

В основной части должна быть раскрыта тема. В данном разделе, как правило, разделенном на главы, необходимо раскрыть все пункты составленного плана, связно изложить накопленный и проанализированный материал. Излагается суть проблемы, различные точки зрения на нее, собственная позиция автора реферата. Важно добиться того, чтобы основная идея, выдвинутая во введении, пронизывала всю работу, а весь материал был нацелен на раскрытие главных задач. Каждый раздел основной части должен открываться определенной задачей и заканчиваться краткими выводами.

В заключении подводятся итоги, излагаются выводы, делаются обобщения (иногда с учетом различных точек зрения на изложенную проблему), отмечается то новое, что получено в результате работы над данной темой. Заключение по объему не должно превышать введение.

Библиографический список составляется и оформляется в соответствии с установленными требованиями.

В работе должны быть ссылки на источники информации. В ограниченном объеме допускается цитирование с обязательным указанием источников информации. Недопустимо использование в работе необработанных и неотредактированных текстов из Интернет-ресурсов.

Шкала оценки рефератов:

Оригинальность текста составляет свыше 50%.

- Привлечены наиболее известные работы по теме исследования – 5 баллов.
- Отражение ключевых аспектов темы, но отдельные вопросы не раскрыты – 4 балла.

- Реферат опирается на учебную литературу и/ или устаревшие издания – 3 балла.

- Фрагментарное отражение ключевых аспектов темы. Частичное соответствие содержания теме и плану реферата – 0 баллов.

Методические рекомендации по подготовке и мультимедийной презентации устного выступления (доклада)

1. Подготовка доклада

Доклад – заранее подготовленное, публичное, развернутое официальное монологическое сообщение по какому-либо конкретному вопросу; выступление исследователя перед аудиторией (в сопровождении электронной презентации) на научную тему.

Работу по подготовке доклада можно подразделить на две основные фазы:

- докоммуникативную - планирование и подготовку доклада;
- коммуникативную - практическая реализация доклада.

В докоммуникативной фазе необходимо учитывать три фактора:

Во-первых, тему и цель выступления, которые обычно задаются преподавателем. В этом случае студенту необходимо ее конкретизировать и уточнить. Важно, чтобы тема представляла интерес для выступающего и его слушателей;

Во-вторых, участников коммуникации и аудиторию, которые также не выбираются выступающим, как правило, это учебная группа и учебная аудитория, в которой проводится семинар.

В-третьих, условия: место и время.

Этапы подготовки доклада:

- определение темы, цели и задач;
- поиск и подбор необходимого материала;
- составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности;
- композиционное оформление доклада;
- подготовка тезисов выступления, представляющих собой текст небольшого объема, в котором кратко сформулированы основные положения доклада.

Структура доклада

Выступающий должен уметь провести через весь процесс работы над докладом определенное организационное, структурное начало. Основными элементами структуры доклада являются:

1. Введение, которым докладчик привлекает внимание слушателей и настраивает их на тему своего выступления;
2. Стержневая идея;
3. Основная часть, в которой раскрываются главные пункты доклада;
4. Заключение, в котором подводятся итоги.

Примерное распределение времени:

- вступление и стержневая идея – 10-15%;
- основная часть – 60-65%;
- заключение – 20-30%.

Эффективность доклада на учебном семинаре оценивается по трем критериям:

1. Соответствие содержания доклада его цели и задачам;
2. Степень и характер активности слушателей во время доклада;

3. Степень влияния услышанного как на интеллект, так и на чувства слушателей.

2. Мультимедийное сопровождение научного доклада

Под мультимедийным сопровождением научного доклада подразумевается передача или представление аудитории новой для нее информации в демонстрационной форме с использованием компьютерной технологии. В общепринятом понимании – это демонстрационные материалы, представленные в компьютерных слайдах для публичного выступления.

Презентация – это инструмент предъявления визуального ряда, назначение которого – создание цепочки образов, т.е. каждый слайд должен иметь простую, понятную структуру и содержать текстовые или графические элементы, несущие в себе зрительный образ как основную идею слайда. Цепочка образов должна полностью соответствовать логике презентации. Такой подход способствует хорошему восприятию материала и воспроизведению в памяти представленного содержания посредством ассоциаций.

Содержание презентации должно соответствовать теме доклада. Система требований, предъявляемых к содержательной части презентации, учитывает дидактические принципы, обеспечивающие эффективность доклада.

Эффективность применения презентации зависит от четкости и продуманности ее структуры.

Слайды нельзя перегружать ни текстом, ни картинками. Необходимо избегать дословного «перепечатывания» текста доклада на слайды - слайды, перегруженные текстом - не осознаются. Лучше изложить с необходимой точностью и полнотой часть информации, чем сообщить максимум сведений, которые не могут быть в полной мере осмыслены слушающими. Необходимо помнить, что человек моментально может запомнить немного: не более трех фактов, выводов, определений.

Презентация сопровождает доклад, но не заменяет его. Текстовое содержание презентации должно сопровождать определенные положения, озвученные докладчиком, но не повторять их слово в слово. Слова и связанные с ними образы обязательно должны быть согласованы во времени.

Следует помнить, что презентация в первую очередь предназначена для иллюстрирования теоретических положений (рисунок, таблица, фотография и т.д.) и пояснения сложных для понимания положений (схема, алгоритм и т.д.), но не для упрощения своего повествования.

Шкала оценки презентаций:

- Лаконичность информации на слайдах. Приоритет визуальных средств (фото, графики, схемы, диаграммы). Кегль не менее 24. Фон, не мешающий восприятию текста. Использование не более 3-х дизайнерских средств – 5 баллов.
- Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, не мешающий восприятию текста. Использование не более 3-х дизайнерских средств – 4 балла.
- Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, мешающий восприятию текста. Использование более 3-х дизайнерских средств – 3 балла.
- Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, мешающий восприятию текста. Использование более 3-х дизайнерских средств. Ошибки в тексте и в содержании – 0 баллов.

Кроссворд как форма контроля

Кроссворд – удобная форма активизации мышления студентов. В процессе подготовки кроссворда студенту необходимо тщательно прорабатывать теоретический и практический материал, обращаться не только к лекциям и учебникам, но и к дополнительной и справочной литературе. В ходе такой проработки и отбора материала студент, без сомнения, более глубоко усваивает уже полученный материал и приобретает дополнительную информацию, которая постепенно накапливается, формируя более высокий уровень знаний. В то же время нестандартная форма задания стимулирует нестандартный подход к выполнению данного задания, следовательно, активизируется не только познавательная деятельность, но и творческое начало будущих специалистов.

Целесообразно кроссворд использовать как форму рубежного или промежуточного контроля. Преимущества использования кроссвордов как формы контроля:

- повторение изученного материала с выходом на более глубокий уровень проработки;
- освоение студентами базовых понятий дисциплины;
- расширение активного словарного запаса;
- творческая и исследовательская работа;
- приобретение практических навыков правильного и точного формулирования вопросов и заданий;
- творческое отношение к заданию, способствующее развитию креативного мышления студентов, выработке ими нестандартного решения.

Шкала оценки кроссвордов:

- Кроссворд отражает условия задания полностью – 5 баллов.
- Кроссворд в целом отражает условия задания, но выявлены несущественные отклонения – 4 балла.
- Кроссворд отражает условия задания частично, выявлены несущественные ошибки – 3 балла.
- В кроссворде приведены ошибочные формулировки, искажающие отдельные условия задания – 0 баллов.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)

Раздел дисциплины		Тематическое содержание раздела дисциплины	Виды организации СРС
№ п.п.	Наименование		
<i>Раздел 1</i>	<i>Концептуальные основы анализа конкуренции</i> Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы	Понятийный аппарат в области сущности, видов, принципов и методов конкуренции. Конкурентоспособная экономика. Инновационная экономика. Экономика знаний. Цифровая экономика. Роль, общие функции и движущие силы конкуренции в	Конспектирование Реферат Разработка презентации Решение ситуационных задач Составление
Тема 1.1			

		рыночной экономике. Методы конкуренции и типы конкурентного поведения. Факторы, оказывающие влияние на развитие конкуренции на отраслевых рынках. Влияние движущих сил на развитие конкуренции в бизнесе.	кроссворда (теста)
Тема 1.2	Научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов	<p>Понятийный аппарат в области конкурентоспособности продукции, товара, предприятия, отрасли, региона, страны. Взаимосвязь и взаимозависимость конкурентоспособности продукции, товара, предприятия, отрасли, региона, страны. Системообразующие факторы конкурентоспособности товара. Прицельное качество. Модель Н. Кано. Типы конкурентного преимущества по М. Портеру.</p> <p>Конкурентный риск: виды, индикаторы, факторы. Совокупный конкурентный риск субъектов бизнеса. Конкурентные позиции. Пятифакторная модель Э. Альтмана. Методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности объектов.</p>	<p>Конспектирование</p> <p>Реферат</p> <p>Разработка презентации</p> <p>Решение ситуационных задач,</p> <p>Составление кроссворда (теста)</p>
Тема 1.3	Система управления конкурентоспособностью объектов	<p>Понятийный аппарат в области системы и структуры управления конкурентоспособностью. Процессы глобализации, уровни и параметры конкурентоспособности в рамках всемирного хозяйства. Факторы конкурентоспособности национальной экономики. Международные рейтинги конкурентоспособности и место России в этих рейтингах. Структура системы управления конкурентоспособностью предприятием. Системный подход в менеджменте. Модели разработки и принятия управленческих решений в условиях неопределенности. Методы оценки экономической эффективности принятия управленческого решения.</p>	<p>Конспектирование</p> <p>Реферат</p> <p>Разработка презентации</p> <p>Решение ситуационных задач</p> <p>Составление кроссворда (теста)</p>
Тема 1.4	Конкурентная среда предприятия и ее анализ	<p>Понятийный аппарат в области типологии конкурентных структур рынка, сущности и структуры конкурентной среды предприятия. Факторы конкурентной среды рынка. Особые экономические зоны. Диагностика состояния конкурентной среды. Модель конкурентного анализа по М. Портеру. «Национальный ромб» Портера. Анализ состояния</p>	<p>Конспектирование</p> <p>Реферат</p> <p>Разработка презентации</p> <p>Решение ситуационных задач</p> <p>Составление кроссворда (теста)</p>

		<p>конкуренции на товарном рынке. Определение продуктовых и географических границ товарного рынка. Структура и основные этапы анализа деятельности конкурентов. Диагностические компоненты анализа конкурентов (по М. Портеру). Построение конкурентной карты рынка. Региональные рейтинги и место Тверского региона в этих рейтингах. Индекс конкурентоспособности бизнеса (BCG).</p>	
Тема 1.5	Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий	<p>Понятийный аппарат в области государственного регулирования конкурентоспособности предприятия. Глобализация и роль государства в развитии экономики. Правовое регулирование конкуренции и ограничения монополистической деятельности в РФ. Защита прав потребителей и техническое регулирование. Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ на период 2013-2024 гг. Индикаторы государственного управления (WGI)/</p>	<p>Конспектирование Реферат Разработка презентации Решение ситуационных задач Составление кроссворда (теста)</p>
<i>Раздел 2</i>	<i>Экономическое поведение предприятия по обеспечению конкурентоспособности</i> Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия		
Тема 2.1		<p>Понятийный аппарат в области сущности, целей, задач и принципов конкурентной разведки. Роль конкурентной разведки в деятельности предприятия. Правовое регулирование деятельности по сбору и анализу информации о конкурентах в РФ, Инфраструктура системы конкурентной разведки. Информация в конкурентной разведке. Этапы разведывательного цикла обработки информации. Виды информации о конкурентах. Конкурентный шпионаж, его разновидности. Организация конкурентной разведки на предприятии.</p>	<p>Конспектирование Реферат Разработка презентации Решение ситуационных задач Составление кроссворда (теста)</p>
Тема 2.2	Конкурентная стратегия предприятия	<p>Понятийный аппарат в области конкурентной стратегии. Классификация видов конкурентных</p>	<p>Конспектирование Реферат Разработка</p>

		стратегий. Методические подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия. Механизм реализации конкурентной стратегии предприятия. Модели обоснования стратегий: модель «товар-рынок»; GAP-анализ; модель Томпсона и Стрикленда; портфельная модель «Мак-Кинси»; модель «7S»; матрица BCG. Оценка экономической эффективности реализации стратегии. Сбалансированная система показателей (ССП). Модели: TPS; IAM; SN. Метод OVAR.	презентации Решение ситуационных задач Составление кроссворда (теста)
Тема 2.3	Стратегия конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов	Понятийный аппарат в области стратегии конкурентного поведения предприятий различных инновационных типов. Классификация стратегий конкурентного поведения А. Ю. Юданова. Основные черты, типы, виды деятельности предприятий-виолентов. Конкурентные стратегии в сфере крупного стандартного производства (фирмы-виоленты). Основные черты и эволюционный путь развития предприятий-пациентов. Конкурентные преимущества предприятий узкой специализации (фирмы-пациенты). Основные черты и эволюционный путь развития предприятий-эксплерентов. Конкурентная стратегия в сфере радикальных инноваций (фирмы-эксплеренты). Основные черты и эволюционный путь развития предприятий-коммутантов. Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса (фирмы-коммутанты).	Конспектирование Реферат Разработка презентации Решение ситуационных задач Составление кроссворда (теста)
Тема 2.4	Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия	Понятийный аппарат в области Всеобщего управления качеством. Исторические этапы эволюции подходов к управлению качеством. Влияние управления качеством на конкурентоспособность организации. Модель концепции Всеобщего управления качеством (TQM). Премии в области качества. ГОСТ Р 54732-2011 / ISO / TS 1004:2010. Национальный стандарт РФ. Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по мониторингу и измерению. Концептуальная модель удовлетворенности потребителей. Модель Н. Кано. Методы измерения удовлетворенности потребителей. Стандартизация в обеспечении	Конспектирование Реферат Разработка презентации Решение ситуационных задач Составление кроссворда (теста)

		конкурентоспособности. Национальная система стандартизации. Категории и виды стандартов. Уровни и подуровни субъектов стандартизации.	
--	--	---	--

IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Сформирован на основе карты компетенций, в соответствии с которой в рамках данной дисциплины формируется начальный и промежуточный уровни компетенции.

Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенций ПК-9, ПК-15

Этап формирования компетенции, в котором участвует дисциплина	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<p>ПК-9 - способность оценивать воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>		
Начальный владеть	В целях контроля владения способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления выполнить требования <i>части 1 Комплексного задания 1.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.
Начальный уметь	Демонстрируя умения оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выполнить требования <i>части 2 Комплексного задания 1.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.
Начальный знать	Дать развернутые ответы на вопросы <i>части 3 Комплексного задания</i> относительно знания	<ul style="list-style-type: none"> • Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов. • Аргументация на теоретическом уровне

	<p>сущности, основных элементов макросреды и ее влияния на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.</p>	<p>неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 4 балла.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла. • Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.
<p>Промежуточный владеть</p>	<p>В целях контроля владения способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; навыками выявления и анализа рыночных и специфических рисков и оценки конкурентоспособности предприятия; методами оценки поведения потребителей экономических благ и определять роль факторов в формировании спроса в условиях конкурентной среды; методическими подходами к оценке конкурентного потенциала предприятия и выбору конкурентной стратегии, выполнить требования <i>части 4 Комплексного задания 1.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Представлен глоссарий не менее 10 понятий, имеются развернутые их трактовки – 5 баллов. • Представлен глоссарий не менее 10 понятий, отдельные трактовки в узком формате – 4 балла. • Представлен глоссарий менее 10 понятий, отдельные трактовки ошибочны – 3 балла. • Представлен глоссарий менее 10 понятий, трактовки содержат ошибки по содержанию и грамматике – 0 балла.
<p>Промежуточный уметь</p>	<p>Демонстрируя умения анализировать и определять воздействие факторов макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, анализировать конкурентные возможности и принимать решения в системе управления конкурентоспособностью организации; анализировать поведение потребителей экономических благ и</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.

	<p>выявлять факторы, влияющие на формирование спроса в условиях конкурентной среды; оценивать возможности реализации конкурентного потенциала и обосновывать выбор конкурентной стратегии поведения организации, выполнить требования части 5 Комплексного задания 1.</p>	
<p>Промежуточный знать</p>	<p>Дать развернутые ответы на вопросы части 6 Комплексного задания 1 относительно знания понятийного аппарата в области процедур проведения конкурентного анализа и управления конкурентоспособностью организации на макро- и микроуровнях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов. • Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 4 балла. • Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла. • <p>Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.</p>
<p>ПК-15 - Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p>		
<p>Начальный владеть</p>	<p>В целях контроля владения навыками анализа, оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия, выполнить требования части 7 Комплексного задания 1.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Представлен глоссарий не менее 10 понятий, имеются развернутые их трактовки – 5 баллов. • Представлен глоссарий не менее 10 понятий, отдельные трактовки в узком формате – 4 балла. • Представлен глоссарий менее 10 понятий, отдельные трактовки ошибочны – 3 балла. • Представлен глоссарий менее 10 понятий, трактовки содержат ошибки по содержанию и грамматике – 0 балла.
<p>Начальный уметь</p>	<p>Демонстрируя умения проводить анализ и оценку рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в области менеджмента риска с целью повышения уровня конкурентоспособности предприятия, выполнить требования части 8 Комплексного задания 1.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.
<p>Начальный знать</p>	<p>Дать развернутые ответы на вопросы части 9 Комплексного задания 1 относительно понятийный аппарат в области</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов. • Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не

	рыночных и специфических рисков, методику оценки и менеджмент риска.	<p>объяснен –4 балла.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла. • Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.
Промежуточный владеть	В целях контроля владения навыками анализа, оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия; - методами оценки возможностей реализации конкурентного потенциала и навыками принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании, выполнить требования части 10 Комплексного задания 1.	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.
Промежуточный уметь	Демонстрируя умения проводить анализ и оценку рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в области менеджмента риска с целью повышения уровня конкурентоспособности предприятия; находить организационно-управленческие решения в условиях риска и неопределенности, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании, с целью расширения возможностей реализации конкурентного потенциала предприятия, выполнить требования части 11 Комплексного задания 1.	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов. • Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла. • Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла. • Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.
Промежуточный знать	Дать развернутые ответы на вопросы части 12 Комплексного задания 1 относительно области знаний в сфере рыночных и специфических рисков, методики оценки и менеджмента риска; организационно-экономических основ	<ul style="list-style-type: none"> • Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов. • Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен –4 балла. • Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла. •

	механизма инвестирования и финансирования бизнеса в условиях конкурентной среды.	Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.
--	--	--

Комплексное задание 1

Часть 1

Фирма действует в конкурентных рыночных условиях. Перечислите основные макроэкономические и микроэкономические факторы, которые будут влиять на эффективность ее работы и дайте их характеристику. Покажите, какие могут возникнуть негативные явления, влияющие на снижение эффективности деятельности фирмы. Заострите внимание на объективных и субъективных факторах.

Часть 2

В стране в структуре ее рыночной экономики действуют частные и государственные предприятия. Обоснуйте преимущества и негативные моменты, имеющиеся у частных и государственных предприятий в конкурентной среде. Назовите основные формы предпринимательской деятельности, их особенности.

Часть 3

1. Понятие, функции и движущие силы конкуренции.
2. Роль конкуренции в рыночной экономике.
3. Положительные черты и негативные последствия конкуренции.
4. Глобализация как движущая сила конкуренции.
5. Глобализация и роль государства в развитии экономики.
6. Сущность и структура конкурентоспособной экономики.
7. Актуальность и принципы оценки влияния уровня развития макросреды на конкурентоспособность отрасли (региона, страны).
8. Основные элементы макросреды и их влияние на функционирование органов государственного и муниципального управления.
9. Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий.
10. Виды и формы конкуренции в бизнес-среде.
11. Конкурентный потенциал предприятия.
12. Факторы внешнего и внутреннего (по отношению к организации) характера, определяющие конкурентоспособность.

Часть 4

Составить глоссарий по методам оценки поведения потребителей экономических благ, конкурентного потенциала предприятия и выбору конкурентной стратегии, выявлению факторов формирования спроса в условиях конкурентной среды (не менее 10 понятий).

Часть 5

Разработать стратегию фирмы относительно ее продуктового портфеля, пользуясь матрицей BCG (рис. 1). Исходная информация представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для разработки товарной политики фирмы с помощью стратегической матрицы (BCG)

Товар	Объем продаж фирмы, денеж. ед.		Объем продаж ведущего конкурента, денеж. ед.	Расчетные показатели		
	2016 г.	2017 г.		темпы роста рынка (РР)	относительная доля рынка (ОДР)	темпы прироста рынка, %
Товар А	21	30	625			
Товар Б	50	90	1600			
Товар В	80	200	901			
Товар Г	150	105	836			

Темпы прироста рынка, %	Высокий (более 10 %)		
	Низкий (ниже 10 %)	Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)
		Относительная доля рынка	

Рисунок 1 – Матрица Бостонской консалтинговой группы (BCG)

Часть 6

1. Типы и формы конкурентного поведения и их особенности.
2. Стратегия рыночной конкуренции: понятие, классификация.
3. Типы рыночных структур и типы конкуренции.
4. Типы рынков покупателей и особенности поведения потребителей.
5. Виды конкурентных стратегий на рынке чистой (совершенной) конкуренции.
6. Конкурентные стратегии на олигополистическом рынке (по Ж.Ж. Ламбену).
7. Конкурентные стратегии на олигополистическом рынке (по А.Ю. Юданову).
8. Конкурентные стратегии на рынке монополистической конкуренции.
9. Конкурентные стратегии монополистического рынка.

10. Сущность, системообразующие факторы и элементы конкурентоспособности объектов.
11. Конкурентное преимущество: понятие, типы.
12. Факторы и источники формирования конкурентных преимуществ. Критерии устойчивого конкурентного преимущества.
13. Взаимосвязь и взаимообусловленность конкурентоспособности продукции, товара, предприятия, отрасли, региона, страны.
14. Понятие, классификация риска. Виды потерь.
15. Конкурентный риск: виды, индикаторы, факторы.
16. Критерий риска. Методы оценки риска.
17. Менеджмент риска: понятие, задачи, методы.
18. Диагностика состояния конкурентной среды.
19. Модель конкурентного анализа по М. Портеру. «Национальный ромб» М Портера.
20. Анализ состояния конкуренции на товарном рынке.
21. Законодательство в сфере регулирования конкуренции и ограничения монополистической деятельности.
22. Понятие и роль конкурентной разведки в деятельности предприятия.
23. Модели обоснования конкурентной стратегии.
24. Классификация стратегий конкурентного поведения по А.Ю. Юданову.
25. Менеджмент качества и его влияние на конкурентоспособность организации.
26. Стратегия поведения потребителей и ее влияние на формирование спроса в условиях глобализации.
27. Формы стимулирования сбыта как фактор повышения конкурентоспособности товара (услуги).
28. Концептуальная модель удовлетворенности потребителей.

Часть 7

Составьте глоссарий по методам анализа и оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия (не менее 10 понятий).

Часть 8

Определите величину потерь, к которым привело неблагоприятное изменение (повышение) цены закупаемого товара в процессе осуществления предпринимательского проекта, неучтенное в проекте и не предусмотренное условиями контракта. Исходные данные: общий объем закупок товара по проекту –1800 шт.; закупочная цена единицы товара по проекту –850 руб., по факту - на 2 % меньше. Назовите вид возникшего в ходе реализации проекта риска и обоснуйте методы его минимизации в сложившейся ситуации.

Часть 9

1. Понятие риска и рискованных сделок. Виды потерь от риска.
2. Классификация риска.
3. Виды хозяйственных рисков.
4. Предпринимательский риск: понятие, виды, индикаторы, факторы.

5. Методика определения потерь от сокращения намеченных объемов производства и реализации товара (продукции, работ, услуг).
6. Методика определения потерь от повышения материальных затрат на производство продукции (работ, услуг).
7. Коммерческий риск: понятие, индикаторы, факторы.
8. Финансовый риск: понятие, индикаторы, факторы.
9. Риск инвестиционных проектов.
10. Конкурентный риск: виды, индикаторы, факторы.
11. Уровни (зоны) риска. Кривая риска.
12. Критерий риска. Приемлемый уровень риска.
13. Методы оценки риска: качественная и количественная оценка.
14. Классы убытков на уровне предприятия.
15. Процедура оценки риска.
16. Менеджмент риска: понятие, задачи, методы.
17. Типовые подходы к управлению рисками.
18. Процедура управления риском. Общие правила управления риском.

Часть 10

Ювелирный завод решил вывести на рынок новый продукт — золотые цепочки. Для производства продукта приобретается импортное оборудование. Оно будет установлено в помещениях предприятия, которые планируется построить. Цена на основное сырье — золото — определяется в долларах США по итогам торгов на Лондонской бирже металлов. Планируемый объем реализации — 15 кг в месяц. Продукцию предполагается продавать как через собственные магазины (30%), часть которых расположена в крупных торговых центрах, так и через дилеров (70%). Реализация имеет ярко выраженную сезонность с всплеском в декабре и снижением продаж в апреле-мае. Запуск оборудования должен состояться перед зимним пиком продаж. Срок реализации проекта — пять лет.

Проведите качественный анализ рисков проекта. Сформулируйте перечень рисков, которым подвержен проект.

Часть 11

На основании исходных данных задания части 10 определите маркетинговый риск инновационного проекта. Определите размер прибыли, которую недополучит компания, если структура сбыта окажется иной: 20-% через собственные магазины, 80 % - через дилеров. Обоснуйте методы минимизации риска.

Часть 12

1. Коммерческий риск: понятие, индикаторы, факторы.
2. Финансовый риск: понятие, индикаторы, факторы.
3. Инвестиционный риск: понятие, виды, факторы.
4. Риск инвестиционных проектов.
5. Конкурентный риск: виды, индикаторы, факторы.
6. Совокупный конкурентный риск.
7. Виды риска в зависимости от степени влияния совокупного риска на вероятное ухудшение конкурентных позиций.

8. Параметры деятельности организации для обеспечения пороговых значений индикаторов конкурентного риска.
9. Оценка конкурентного риска по пятифакторной модели Э. Альтмана.
10. Понятие, признаки банкротства юридического лица.
11. Платежеспособность и финансовая устойчивость как критериальная группа оценки конкурентного потенциала предприятия.
12. Инвестирование и финансирование бизнеса в условиях конкурентной среды.
13. Механизм финансирования инновационной деятельности.
14. Инвестиционная роль государственных и территориальных органов управления.
15. Процедура оценки и анализа проектных инвестиционных рисков.

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

а) Основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — ISBN 978-5-4486-0458-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/79818.html> (дата обращения: 26.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей. Лицензия: весь срок охраны авторского права

2. Меркулина, И. А. Конкурентные преимущества современной фирмы : учебное пособие / И. А. Меркулина. — Москва : Дашков и К, 2017. — 123 с. — ISBN 978-5-394-02861-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/94053> (дата обращения: 26.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Стратегический менеджмент : учебник / Н. А. Казакова, А. В. Александрова, С. А. Курашова, Н. Н. Кондрашева ; под ред. проф. Н. А. Казаковой. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 320 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005028-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1059310> (дата обращения: 26.11.2020). — Режим доступа: по подписке.

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

1. Перечень доступных для ТвГУ информационных ресурсов:

- Доступ к Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU;
- Доступ к информационно-правовой системе ФСО России "Эталонный банк данных правовой информации "Законодательство России";
- Доступ к справочно - правовой системе "КонсультантПлюс";
- Коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- Доступ к Электронной библиотеке диссертаций РГБ;
- Доступ к базе данных ПОЛПРЕД;
- Доступ к ресурсам АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров);

- Доступ к базам данных Всемирного Банка (The World Bank): World Development Indicators (WDI), Global Development Finance (GDF), Africa Development Indicators (ADI), Global Economic Monitor (GEM).

2. Имеется доступ к системам:

- Вопросы государственного и муниципального управления <http://ecsocman.hse.ru/>

- «Архив научных журналов» (создана Некоммерческим партнерством «Национальный электронно-информационный консорциум» (НП НЭИКОН)) (<http://archive.neicon.ru/xmlui/>)

3. ТвГУ имеет подписку на коллекцию из 331 российских журналов в полнотекстовом электронном виде, в том числе:

- Вопросы статистики
- Вопросы экономики
- Государство и право
- Деньги и кредит
- Известия Российской академии наук
- Теория и системы управления
- Маркетинг и маркетинговые исследования
- Мировая экономика и международные отношения
- Финансы и кредит.

4. В ТвГУ поступают журналы в бумажном виде:

- Вестник банка России 2011-2017
- Статистический бюллетень банка России 2010-2016
- Эффективное антикризисное управление 2010-2016

VII. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Организуя свою работу по освоению дисциплины, обучающиеся должны:

- использовать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению дисциплины, по практическому применению изученного материала, по выполнению заданий в ходе текущего и промежуточного контроля, по использованию информационных технологий и др.;

- ознакомиться с методическими указаниями по дисциплине, перечнем учебно-методических изданий, рекомендуемых для подготовки к занятиям и выполнения самостоятельной работы, а также с методическими материалами на бумажных и/или электронных носителях, выпущенных кафедрой;

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

1. Работа с источниками, указанными в разделе основной и дополнительной литературы. В ходе изучения дисциплины обучающимся необходимо использовать: материалы, представленные преподавателем в ходе аудиторных занятий; законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность экономических агентов в исследуемой сфере; источники, указанные в разделе основной и дополнительной литературы и др.

2. *Самостоятельное изучение тем дисциплины.* В ходе самостоятельного изучения материала обучающиеся могут оформлять конспекты по изучаемой теме, которые повышают качество освоения материала, а также подготовиться к проведению промежуточной аттестации. Для наглядности и удобства запоминания материала рекомендуется активно использовать при конспектировании рисунки, схемы и таблицы.

3. *Подготовка к занятиям.* В ходе подготовки к занятиям обучающиеся должны следовать методическим рекомендациям преподавателя, учитывая что часть вопросов выносятся на обсуждение на занятиях. Одной из основных форм текущего контроля подготовки обучающихся к занятиям является устный ответ, доклад, презентация, контрольное тестирование, выполнение ситуационных заданий и др.

4. *Подготовка к промежуточной аттестации.* При подготовке к промежуточной аттестации обучающиеся должны опираться на учебный материал, полученный в ходе занятий, а также на процесс самостоятельного изучения дисциплины. В ходе промежуточной аттестации оценивается степень сформированности компетенций, указанных в рабочей программе по дисциплине. При этом учитываются результаты самостоятельной работы и результаты текущего контроля.

Требования к рейтинг-контролю обучения в ТвГУ

Оценка знаний по 100-балльной шкале в соответствии с рейтинговой системой ТвГУ согласно «Положения о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ», утвержденного ученым советом ТвГУ 31.05.2017 г.

Примерная тематика рефератов по дисциплине

1. Проблемы формирования и развития макроэкономической среды в условиях глобализации и ужесточения конкуренции.
2. Анализ рыночных и специфических рисков и выбор конкурентной стратегии развития предприятия.
3. Методические основы управления конкурентными преимуществами различных объектов.
4. Оценка и механизм активизации рыночного потенциала предприятия.
5. Антимонопольное регулирование предпринимательской деятельности в РФ.
6. Основные аспекты развития рыночной экономики в рамках технологических укладов.
7. Соотношение спроса и предложения на конкретный товар и его влияние на систему управления конкурентоспособностью.
8. Маркетинговый анализ потребительской активности населения области.
9. Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.
10. Характеристика основных маркетинговых приемов манипуляции потребительским выбором.

Шкала оценки рефератов:

Оригинальность текста составляет свыше 50%.

- Привлечены наиболее известные работы по теме исследования – 5 баллов.
- Отражение ключевых аспектов темы, но отдельные вопросы не раскрыты – 4 балла.
- Реферат опирается на учебную литературу и/ или устаревшие издания – 3 балла.

- Фрагментарное отражение ключевых аспектов темы. Частичное соответствие содержания теме и плану реферата – 0 баллов.

Примерные задания в рамках проведения текущего контроля
Задание 1

В целях изучения спроса на рынке хлебобулочных изделий провести анализ динамики доли рынка по 3-м показателям: уровню проникновения; уровню эксклюзивности; уровню интенсивности на основании исходных данных, приведенных в таблице 1. На основании проведенных расчетов определите тип конкурентов по Ф. Котлеру.

Таблица 1 – Исходные данные для анализа динамики доли рынка, тыс. шт.

Показатели	Значения показателей в динамике		
	март	апрель	май
Количество батонов, приобретаемых покупателями	1500	1400	1500
Количество хлебобулочных изделий, приобретаемых покупателями батонов	2500	2600	2650
Количество хлебобулочных изделий, приобретаемых покупателями хлебобулочных изделий	3750	3900	4000
Количество покупателей батонов	100	90	95
Количество покупателей хлебобулочных изделий	130	135	135
Доля рынка батонов, %			

Методические указания

1. Уровень проникновения (U_{Π}) рассчитывается по формуле 1:

$$U_{\Pi} = N_x / N_c, \quad (1)$$

где N_x – количество покупателей X;

N_c – количество покупателей С.

2. Уровень эксклюзивности ($U_{\text{Э}}$) рассчитывается по формуле 2:

$$U_{\text{Э}} = Q_{xx} \cdot N_x / Q_{cx} : N_x, \quad (2)$$

где Q_{xx} – количество X, приобретенное покупателями X;
 Q_{cx} - количество C, приобретенное покупателями X;

3. Уровень интенсивности (U_i) рассчитывается по формуле 3:

$$U_i = Q_{cx} \cdot N_x / Q_{cc} : N_c, \quad (3)$$

где Q_{cc} – количество C, приобретенное покупателями C.

Доля рынка равна произведению перечисленных трех показателей.

Обозначив через C категорию товаров, к которой принадлежит марка X, долю рынка (D_p) определяют по формуле 4:

$$D_p = U_p \times U_z \times U_i \quad (4)$$

Задание 2

Провести анализ эластичности конкурентной реакции на рынке на основании матрицы эластичности (табл. 1) при следующих условиях. Анализ действия закона конкуренции показал, что фирма теряет свои позиции на рынке. Средств на повышение качества товара у нее нет и она вынуждена идти на снижение цены товара для ускорения его реализации. Фирма воздействует только на один фактор конкурентоспособности товара марки А. Приоритетный конкурент решил ответить на действия фирмы следующим образом: 80 % средств конкурент направляет на снижение цены, а 20 % - на усиление рекламы в надежде поддержать имидж марки для следующей (более прогрессивной) модели.

Таблица 1 – Матрица эластичности конкурентной реакции на рынке

Действия фирмы по факторам конкурентоспособности товара марки А	Эластичность реакции приоритетного конкурента по товару В на действия фирмы по товару А по следующим факторам				
	Кт	Кс	Ц	Зэ	Р
Повышение качества товара (фактор Кт)	Э1	Э6	1 Э1	6 Э1	1 Э2
Повышение качества сервиса (фактор Кс)	Э2	Э7	2 Э1	7 Э1	2 Э2
Снижение цены товара при сохранении качества (фактор Ц)	Э3	Э8	3 Э1	8 Э1	3 Э2
Снижение эксплуатационных затрат (фактор Зэ)	Э4	Э9	4 Э1	9 Э1	4 Э2
Усиление рекламы (фактор Р)	Э5	Э10	5 Э1	0 Э2	5 Э2

Задание 3

Определить конкурентоспособность товара с применением экспертного метода. Исходные данные приведены в таблице 1. Расчеты оформить в таблице 2.
Таблица 1 - Исходные данные по уровню конкурентоспособности товаров

Показатели конкурентоспособности товара	Абсолютные значения показателей		
	по нормативу	по конкуренту	по анализируемому образцу
1	2	3	4
Интегральный показатель качества товара за нормативный срок службы (10 лет), ед. полезного эффекта - Пэ	3500	3600	3000
Цена товара, денежная единица - Ц	160	150	170
Интегральный показатель качества сервиса, доли единицы - Кс	1,0	0,95	0,90
Затраты на эксплуатацию товара за 10 лет, денежная единица - Зэ	2000	1500	2200
Интегральный показатель качества управления по стадиям ЖЦТ и аспектам управления, доли единицы - Ку	1,0	0,90	0,80

Таблица 2 – Оценка конкурентоспособности товаров с применением экспертного метода

Обозначение показателя (см. табл.1)	Вес показателя	Относительное значение показателя (графа 3 (4) из табл. 1: графу 2)*			Приведенное значение показателя (графа 2 x 4(5) по образцам)	
		норматив	конкурент	анализируемый	конкурент	анализируемый
1	2	3	4	5	6	7
Пэ	0,35					
Ц	0,20					
Кс	0,10					
Зэ	0,15					
Ку	0,20					
Сумм	1,0			x		
a	0	x	x			

*Если увеличение показателя повышает конкурентоспособность товара (например, Пэ), то показатель конкурента (или анализируемого образца) делится на норматив. Если увеличение показателя снижает конкурентоспособность (например, Ц), то норматив делится на показатель конкурента (или анализируемого образца).

Шкала оценки заданий:

- Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов.
- Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла.
- Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла.
- Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.

Примеры тестов в рамках текущего контроля

Тест 1

1. Дайте определение понятия: «конкурентоспособность» - это:

- А) способность данного объекта выдержать конкуренцию;
- Б) свойство объекта и системы сервиса, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке в данное время;
- В) соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;
- Г) правильно все;
- Д) правильного ответа нет.

2. Дайте определение понятия: «Конкурентоспособность продукции» - это:

- А) потенциальная возможность быть успешно реализованной на рынке;
- Б) потенциальная возможность эффективной деятельности на рынке для достижения конкурентных преимуществ;
- В) соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;
- Г) способность обеспечивать коммерческий успех в условиях конкуренции и отвечать требованиям рынка по сравнению с аналогами-конкурентами;
- Д) правильного ответа нет.

3. Дайте определение понятия: «Конкурентоспособность товара» - это:

- А) потенциальная возможность эффективной деятельности на рынке для достижения конкурентных преимуществ;
- Б) потенциальная возможность быть успешно реализованной на рынке;
- В) способность обеспечивать коммерческий успех в условиях конкуренции и отвечать требованиям рынка по сравнению с аналогами-конкурентами;
- Г) способность создавать условия для долгосрочного экономического роста предприятий и эффективного использования ресурсов с целью обеспечения качества жизни населения.
- Д) правильного ответа нет.

4. Приведите в соответствие термины и их экономическую сущность:

<p>1. Конкурентоспособность предприятия – это:</p>	<p>5. способность создавать условия для долгосрочного экономического роста предприятий и эффективного использования ресурсов с целью обеспечения качества жизни населения.</p>
--	--

2.Конкурентоспособность отрасли – это:	6.потенциальная возможность эффективной деятельности на рынке для достижения конкурентных преимуществ.
3. Конкурентоспособность региона – это:	7. способность использовать свои конкурентные преимущества и создавать условия для долгосрочного роста экономики и эффективного использования ресурсов с целью обеспечения качества жизни населения.
4.Конкурентоспособность страны – это:	8. степень ее готовности к конкурентной борьбе на внутреннем и внешнем рынках страны.

5. Назовите виды конкурентоспособности товара:

- А) потенциальная; реальная;
- Б) стратегическая; потенциальная;
- В) потенциальная; реализованная на рынке;
- Г) стратегическая; потенциальная; реализованная на рынке;
- Д) правильного ответа нет.

6. Назовите виды факторов, которые реально влияют на удовлетворенность клиентов (по модели Кано):

- А) основные (желаемые); свойства обратного действия; волнующие (воздействующие);
- Б) свойства обратного действия; свойства, не имеющие значения; основные (желаемые);
- В) базовые (ожидаемые); волнующие (воздействующие); основные (желаемые);
- Г) основные; базовые; восхищающие;
- Д) правильного ответа нет.

7. Назовите виды конкурентных преимуществ субъектов:

- А) природно-климатические; информационные; управленческие;
- Б) управленческие; квалификационные; технологические;
- В) конструктивные; природно-климатические; информационные; управленческие; квалификационные; технологические;
- Г) технологические; управленческие; информационные;
- Д) правильного ответа нет.

8. Дайте определение понятия: «Конкурентный потенциал предприятия» - это:

- А) совокупность возможностей, способностей, источников и средств в определенных сферах деятельности, которые направляются на достижение поставленных целей предприятия;
- Б) способность предприятия производить и реализовывать конкурентоспособную продукцию при рациональном использовании имеющихся ресурсов в объемах, необходимых для стабильного функционирования и развития предприятия (процесса воспроизводства) на основе обеспечения его конкурентоспособности.
- В) совокупность производственного, экономического, интеллектуального, организационно-управленческого, маркетингового и информационного потенциалов;
- Г) правильно все;

Д) правильного ответа нет.

9. Приведите в соответствие термины и их экономическую сущность:

1. Конкурентное преимущество – это:	4. конкурентное положение предприятия относительно его конкурентов.
2. Конкурентная позиция – это:	5. какая либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами.
3. Конкурентное позиционирование – это:	6. состояние относительной неопределенности, присущее конкурентным действиям, результативность которых не представляется очевидной и имеет вероятностный характер.
4. Конкурентный риск – это:	7. выбор и формирование конкурентной позиции предприятия и ознакомление с ней субъектов рынка.

10. Назовите формулу для расчета показателя совокупного конкурентного риска для субъектов бизнеса:

А) $Q_c = f(Q_p; Q_{stg}; Q_s)$;

Б) $R = R_i / \sum W_i$;

В) $Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + 0,999x_5$

Г) $R = \sum R_i W_i / \sum W_i$;

Д) правильного ответа нет.

11. Назовите типы конкурентных преимуществ по М. Портеру:

А) оптимизация издержек; дифференциация; фокусирование;

Б) качество товаров и услуг; цена товаров и услуг; профессионализм продавца;

В) лидерство по затратам; дифференциация;

Г) фокусирование на издержках; фокусирование на дифференциации;

Д) правильного ответа нет.

12. Приведите в соответствие значение ранга совокупного риска и степень его влияния на вероятное ухудшение конкурентных позиций:

1. Ранг совокупного риска = 1	5. Риски, слабо влияющие на ухудшение конкурентных позиций.
2. Ранг совокупного риска = от 2 до 4	6. Риски, определенно влияющие на ухудшение конкурентных позиций.
3. Ранг совокупного риска = от 5 до 8	7. Риски, предопределяющие ухудшение конкурентных позиций.
4. Ранг совокупного риска = от 9 до 10	8. Риски, не влияющие на ухудшение конкурентных позиций.

13. Приведите в соответствие значение Z-счета Э. Альтмана и состояние компании (зоны):

1. $Z > 2,9$	4. Зеленая зона
2. $1,8 < Z < 2,9$	5. Красная зона
3. $Z < 1,8$	6. Серая зона

14. Дайте определение понятия: «Фактор производства» - это:

А) какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами;

Б) это основной ресурс, как на уровне производственной деятельности предприятия, так и в экономике в целом;

В) это движущая сила экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности;

Г) непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности;

Д) правильного ответа нет.

15. Назовите факторы внешней среды предприятия прямого воздействия:

А) поставщики; потребители; конкуренты; законы и гос. органы; профсоюзы;

Б) экономические; политические; технологические; социокультурные; международные события;

В) формы собственности; методы управления; организационные структуры; мотивация; кадры; финансирование;

Г) правильно все;

Д) правильного ответа нет.

16. Назовите факторы внешней среды предприятия косвенного воздействия:

А) поставщики; потребители; конкуренты; законы и гос. органы; профсоюзы;

Б) экономические; политические; технологические; социокультурные; международные события;

В) формы собственности; методы управления; организационные структуры; мотивация; кадры; финансирование;

Г) формы собственности; поставщики; потребители; конкуренты;

Д) правильного ответа нет.

17. Дайте определение понятия: «Фактор конкурентоспособности» - это:

А) какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами;

Б) те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате - изменение уровня конкурентоспособности предприятия;

В) это движущая сила экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности;

Г) непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности;

Д) правильного ответа нет.

18. Назовите критериальные группы оценки конкурентного потенциала предприятия:

А) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность;

Б) конкурентоспособность отрасли; конкурентоспособность региона; конкурентоспособность страны; входные материальные, финансовые и информационные потоки; факторы, определяющие конкурентный рынок;

В) конкурентоспособность продукции; качество продукции и услуг; уровень менеджмента управление персоналом; уровень эффективности организационной культуры; наличие эффективной маркетинговой стратегии;

Г) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность; конкурентоспособность продукции; эффективность

производственной деятельности; эффективность организации сбыта и продвижения товара;

Д) правильного ответа нет.

19. Назовите внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия:

А) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность;

Б) конкурентоспособность отрасли; конкурентоспособность региона; конкурентоспособность страны; входные материальные, финансовые и информационные потоки; факторы, определяющие конкурентный рынок;

В) конкурентоспособность продукции; качество продукции и услуг; уровень менеджмента управление персоналом; уровень эффективности организационной культуры; наличие эффективной маркетинговой стратегии;

Г) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность; конкурентоспособность продукции; эффективность производственной деятельности; эффективность организации сбыта и продвижения товара;

Д) правильного ответа нет.

20. Назовите внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия:

А) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность;

Б) конкурентоспособность отрасли; конкурентоспособность региона; конкурентоспособность страны; входные материальные, финансовые и информационные потоки; факторы, определяющие конкурентный рынок;

В) конкурентоспособность продукции; качество продукции и услуг; уровень менеджмента управление персоналом; уровень эффективности организационной культуры; наличие эффективной маркетинговой стратегии;

Г) имущественное состояние; платежеспособность и финансовая устойчивость; деловая активность; конкурентоспособность продукции; эффективность производственной деятельности; эффективность организации сбыта и продвижения товара;

Д) правильного ответа нет.

Тест 2

1. Дайте определение понятия: «Оценка конкурентоспособности» - это:

А) степень превосходства одного объекта над другим;

Б) совокупность осуществляемых операций по систематизированному документированному процессу измерения и получения выводов по определению уровня конкурентоспособности компании с целью установления меры возможности конкурировать с соперниками на конкретном рынке;

В) особый вид функциональной деятельности, направленный на определение суждений об объекте оценки в целом;

Г) способность данного объекта выдержать конкуренцию;

Д) правильного ответа нет.

2. Дайте определение понятия: «Уровень конкурентоспособности» - это:

А) способность данного объекта выдержать конкуренцию;

Б) степень превосходства одного объекта над другим;

В) особый вид функциональной деятельности, направленный на определение суждений об объекте оценки в целом;

Г) количественная сравнительная оценка объекта;

Д) правильного ответа нет.

3. Приведите в соответствие термины и их экономическую сущность:

1. Принципы оценки конкурентоспособности объектов:	3. Учет факторов относительности и динамичности конкурентоспособности.
2. Принципы управления конкурентоспособностью:	4. Абсолютная и относительная сравнимость свойств конкурентоспособности.
	5. Конкурентоспособность определяется внутренними и внешними факторами, значительная часть которых является трудноуправляемыми параметрами
	6. Непротиворечивость результатов оценок, проводимых одним и тем же субъектом в одно время
	7. Оптимальное сочетание экономических, технологических, правовых, организационных и институциональных факторов.
	8. Результативность оценки зависит от привлечённых для оценки свойств конкурентоспособности.

4. Назовите основные компоненты модели оценивания конкурентоспособности объекта:

А) цели оценки, объект оценки, субъект оценки, база оценки, результат оценки;

Б) цели оценки; объект оценки; результат оценки;

В) объект оценки, субъект оценки, база оценки, результат оценки;

Г) объект оценки; база оценки; результат оценки;

Д) правильного ответа нет.

5. Приведите в соответствие уровни конкурентных отношений в сфере экономики и их объекты:

1. Микроуровень:	4. Хозяйственные комплексы, страны, объединения стран.
2. Мезоуровень:	5. Конкретные виды продукции, производства, предприятия.
3. Макроуровень:	6. Отрасли, корпоративные объединения предприятий и фирм.

6. Назовите в хронологическом порядке этапы оценки конкурентоспособности объекта:

А) изучение проблемы, постановка цели; изучение нормативно-методических документов по оценке и другим смежным вопросам; изучение внешней среды и внутренней структуры объекта анализа; изучение конъюнктуры, параметров рынка; сбор исходной информации для оценки конкурентоспособности объекта; приведение информации в сопоставимый вид; разработка технологии оценки;

анализ информации по факторам конкурентоспособности объекта; оценка конкурентоспособности объекта; разработка программы повышения конкурентоспособности объекта;

Б) изучение проблемы, постановка цели; изучение нормативно-методических документов по оценке и другим смежным вопросам; изучение конъюнктуры, параметров рынка; изучение внешней среды и внутренней структуры объекта анализа; разработка технологии оценки; сбор исходной информации для оценки конкурентоспособности объекта; приведение информации в сопоставимый вид; анализ информации по факторам конкурентоспособности объекта; оценка конкурентоспособности объекта; разработка программы повышения конкурентоспособности объекта;

В) разработка технологии оценки; изучение проблемы, постановка цели; изучение нормативно-методических документов по оценке и другим смежным вопросам; изучение конъюнктуры, параметров рынка; изучение внешней среды и внутренней структуры объекта анализа; сбор исходной информации для оценки конкурентоспособности объекта; приведение информации в сопоставимый вид; анализ информации по факторам конкурентоспособности объекта; оценка конкурентоспособности объекта; разработка программы повышения конкурентоспособности объекта;

Г) изучение нормативно-методических документов по оценке и другим смежным вопросам; изучение конъюнктуры, параметров рынка; изучение внешней среды и внутренней структуры объекта анализа; разработка технологии оценки; изучение проблемы, постановка цели; сбор исходной информации для оценки конкурентоспособности объекта; приведение информации в сопоставимый вид; анализ информации по факторам конкурентоспособности объекта; оценка конкурентоспособности объекта; разработка программы повышения конкурентоспособности объекта;

Д) правильного ответа нет.

7. Назовите формулу расчета конкурентоспособности товара, определяемой экспертным путем по системе баллов:

А) $K_T = \frac{\sum B_{ij}/n}{5} \times a_j$;

Б) $K_{орг} = \sum a_i b_j \times K_{ij}, \rightarrow 1$;

В) $K_n = \sum \sum (a_j \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1$;

Г) $K_{отр.} = \frac{\sum V_{ix} K_i}{\sum V_i}$;

Д) правильного ответа нет.

8. Назовите формулу расчета конкурентоспособности конкретной категории персонала:

А) $K_T = \frac{\sum B_{ij}/n}{5} \times a_j$;

Б) $K_{орг} = \sum a_i b_j \times K_{ij}, \rightarrow 1$;

В) $K_n = \sum \sum (a_j \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1$;

Г) $K_{отр.} = \frac{\sum V_{ix} K_i}{\sum V_i}$;

Д) правильного ответа нет.

9. Назовите формулу расчета конкурентоспособности организации:

А) $K_T = \frac{\sum B_{ij}/n}{5} \times a_j$;

Б) $K_{орг} = \sum a_i b_j \times K_{ij}, \rightarrow 1$;

В) $K_n = \sum \sum (a_j \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1$;

$$\Gamma) \text{Котр.} = \frac{\sum V_{ix} K_i}{\sum V_i};$$

Д) правильного ответа нет.

10. Назовите формулу расчета конкурентоспособности отрасли:

$$\text{А) } K_T = \frac{\sum B_{ij}/n}{5} \times \alpha_j;$$

$$\text{Б) } K_{\text{орг}} = \sum a_i b_j \times K_{ij}, \rightarrow 1;$$

$$\text{В) } K_n = \sum \sum (a_j \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1;$$

$$\Gamma) \text{Котр.} = \frac{\sum V_{ix} K_i}{\sum V_i};$$

Д) правильного ответа нет.

11. Назовите факторы конкурентоспособности, позволяющие фирме быть конкурентоспособной, по М. Портеру:

А) новые технологии; производственные факторы; факторы маркетинга; факторы менеджмента; новые или изменившиеся запросы потребителей;

Б) объем продаж; добавленная стоимость; прибыль; рыночная стоимость компании;

В) новые технологии; объем продаж; производственные факторы; рыночная стоимость компании;

Г) факторы маркетинга; факторы менеджмента; новые или изменившиеся запросы потребителей; прибыль;

Д) правильного ответа нет.

12. Приведите в соответствие уровни и критерии конкурентоспособности предприятия:

1. Оперативный уровень:	4. рост стоимости предприятия.
2. Тактический уровень:	5. показатель КС продукции.
3. Стратегический уровень:	6. комплексный показатель состояния предприятия.

13. Назовите в логической последовательности оценку конкурентоспособности предприятия на основе анализа его конкурентного потенциала:

А) сравнение рассчитанных показателей с нормативными показателями;

Б) расчет необходимых показателей – как аналитической базы для оценки конкурентоспособности предприятия;

В) сравнение рассчитанных показателей со среднеотраслевыми показателями;

Г) сравнение рассчитанных показателей с аналогичными показателями предприятий-конкурентов;

14. Назовите факторы внешней среды, влияющие на конкурентоспособность предприятия:

А) состояние структура, емкость рынка, требования потребителя к продукции; входные материальные, финансовые, информационные потоки;

Б) конкурентоспособность страны, региона; уровень развития конкуренции;

В) состояние структура, емкость рынка, требования потребителя к продукции; входные материальные, финансовые, информационные потоки; конкурентоспособность страны, региона; уровень развития конкуренции;

Г) эффективность институтов власти; инвестиционная привлекательность и инвестиции; инновационная активность и воспроизводство; качество конкурентной среды и конкуренция; конкурентоспособность образования и здравоохранения;

Д) правильного ответа нет.

15. Назовите факторы внешней среды, влияющие на конкурентоспособность региона:

А) состояние структура, емкость рынка, требования потребителя к продукции; входные материальные, финансовые, информационные потоки;

Б) конкурентоспособность страны, региона; уровень развития конкуренции;

В) состояние структура, емкость рынка, требования потребителя к продукции; входные материальные, финансовые, информационные потоки; конкурентоспособность страны, региона; уровень развития конкуренции;

Г) эффективность институтов власти; инвестиционная привлекательность и инвестиции; инновационная активность и воспроизводство; качество конкурентной среды и конкуренция; конкурентоспособность образования и здравоохранения;

Д) правильного ответа нет.

16. Назовите основные детерминанты «Международной конкурентоспособности наций» - «Национальный ромб» М. Портера:

А) параметры факторов; параметры спроса; стратегия фирм, их структура, соперничество; родственные и поддерживающие отрасли; случаи; правительство;

Б) параметры факторов; стратегия фирм, их структура; правительство; случаи;

В) факторные условия; условия спроса на товары и услуги; стратегия фирм данной страны; характер родственных и поддерживающих отраслей;

Г) параметры факторов; параметры спроса; стратегия фирм, их структура, соперничество; родственные и поддерживающие отрасли;

Д) правильного ответа нет.

17. Назовите в логической последовательности процесс бенчмаркинга:

А) реализация плана и оценивание его результатов;

Б) определение объектов для сравнения;

В) установление процедур и методов сравнения;

Г) выбор лидера для сравнения;

Д) сбор и анализ полученных данных;

Е) разработка плана (программы) действий по совершенствованию деятельности;

Ж) оценивание перспектив внедрения лучшей практики на предприятии;

З) представление результатов бенчмаркинга руководству и получение одобрения;

И) выявление фактического уровня отставания объекта от лучшей практики.

18. Назовите виды бенчмаркинга:

А) внутренний; функциональный; внешний; общий;

Б) функциональный; общий;

В) внешний; внутренний;

Г) внешний; общий;

Д) правильного ответа нет.

19. Назовите факторы макросреды организации:

А) конкуренты; поставщики; посредники; потребители; общественность;

Б) экономические; политические; природные; демографические; технологические; культурные;

В) экономические; конкуренты; потребители; политические; культурные;

Г) общественность; конкуренты; потребители; политические; демографические; технологические; культурные;

Д) правильного ответа нет.

20. Назовите факторы микросреды организации:

- А) конкуренты; поставщики; посредники; потребители; общественность;
- Б) экономические; политические; природные; демографические; технологические; культурные;
- В) экономические; конкуренты; потребители; политические; культурные;
- Г) общественность; конкуренты; потребители; политические; демографические; технологические; культурные;
- Д) правильного ответа нет.

Тест 3

1. Дайте определение понятия: «Конкурентная среда» - это:

- А) совокупность экономических, правовых, организационных, политических условий и факторов, обеспечивающих равные возможности для всех участников рыночных отношений в их хозяйственной деятельности;
- Б) система конкурентного взаимодействия конкретных хозяйствующих субъектов по поводу экономических условий и результатов их хозяйственной деятельности, поведение которых обусловлено объективным действием законов рыночной экономики и принудительной формой регулирующих ограничений со стороны государства;
- В) институциональные условия координации деятельности субъектов рынков;
- Г) правильно все;
- Д) правильного ответа нет.

2. Назовите виды конкурентной среды:

- А) контролируемая рынком; контролируемая фирмой;
- Б) контролируемая правительством;
- В) контролируемая правительством; контролируемая рынком; контролируемая фирмой;
- Г) контролируемая правительством; контролируемая рынком;
- Д) правильного ответа нет.

3. Назовите основные направления методики анализа конкурентной среды М. Портера:

- А) анализ угрозы появления продуктов заменителей; анализ угрозы появления на рынке новых игроков; анализ рыночной власти поставщиков; анализ рыночной власти потребителей; анализ уровня конкурентной борьбы;
- Б) анализ рыночной власти поставщиков; анализ рыночной власти потребителей; анализ уровня конкурентной борьбы;
- В) анализ угрозы появления на рынке новых игроков; анализ угрозы появления продуктов заменителей; анализ уровня конкурентной борьбы;
- Г) анализ угрозы появления продуктов заменителей; анализ угрозы появления на рынке новых игроков; анализ рыночной власти потребителей;
- Д) правильного ответа нет.

4. Назовите основные факторы конкурентной среды рынка:

- А) предприятия-производители продукции; производители товаров-заменителей; поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок;
- Б) государство и его политика в области регулирования конкуренции; потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли; предприятия, вступающие на рынок и обостряющие конкурентную борьбу;

предприятия-производители продукции; производители товаров-заменителей; поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок;

В) потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли; предприятия-производители продукции; производители товаров-заменителей; поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок;

Г) государство и его политика в области регулирования конкуренции; потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли; предприятия-производители продукции; производители товаров-заменителей; поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок;

Д) правильного ответа нет.

5. Расположите в логической последовательности этапы проведения анализа конкуренции на товарном рынке:

А) определение продуктовых границ; определение географических границ; определение временного интервала исследования; определение уровня концентрации товарного рынка; определение состава ХС, действующих в качестве продавцов и покупателей; расчет объема товарного рынка и долей ХС на рынке; оценка состояния конкурентной среды; определение барьеров входа на товарный рынок; составление аналитического отчета;

Б) определение временного интервала исследования; определение уровня концентрации товарного рынка; определение барьеров входа на товарный рынок; оценка состояния конкурентной среды; определение продуктовых границ; определение географических границ; определение состава ХС, действующих в качестве продавцов и покупателей; расчет объема товарного рынка и долей ХС на рынке; составление аналитического отчета;

В) определение временного интервала исследования; определение географических границ; определение продуктовых границ; определение уровня концентрации товарного рынка; определение барьеров входа на товарный рынок; оценка состояния конкурентной среды; определение географических границ; определение состава ХС, действующих в качестве продавцов и покупателей; расчет объема товарного рынка и долей ХС на рынке; составление аналитического отчета;

Г) определение временного интервала исследования; определение продуктовых границ; определение географических границ; определение состава ХС, действующих в качестве продавцов и покупателей; расчет объема товарного рынка и долей ХС на рынке; определение уровня концентрации товарного рынка; определение барьеров входа на товарный рынок; оценка состояния конкурентной среды; составление аналитического отчета;

Д) правильного решения нет.

6. Назовите признаки, по которым различаются группы покупателей на товарном рынке:

А) по способу и формам участия в обороте товара (в т. ч. оптовые и розничные приобретатели); предъявляемым к товару требованиям; особенностям поведения на товарном рынке; месту приобретения товара;

Б) месту приобретения товара; предъявляемым к товару требованиям; особенностям поведения на товарном рынке;

В) предъявляемым к товару требованиям; по способу и формам участия в обороте товара (в т. ч. оптовые и розничные приобретатели);

Г) особенностям поведения на товарном рынке; предъявляемым к товару требованиям;

Д) правильного ответа нет.

7. Назовите условия, при наличии которых товары не относятся к взаимозаменяемым:

А) если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более 1,5 года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 15 % от цены товара);

Б) если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 10 % от цены товара) и если при этом антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место быть;

В) если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 5 % от цены товара) и если при этом антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место быть;

Г) если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 15 % от цены товара) и если при этом антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место быть;

Д) правильного ответа нет.

8. Назовите методы выявления взаимозаменяемых товаров:

А) расчет показателя перекрестной эластичности спроса; анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен; тест прогнозируемого монополиста;

Б) анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен; тест гипотетического олигополиста; анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;

В) расчет показателя перекрестной эластичности спроса; тест гипотетического монополиста; анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;

Г) расчет показателя перекрестной эластичности спроса; тест гипотетического конкурента; анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;

Д) правильного ответа нет.

9. Назовите условия включения товаров в состав группы взаимозаменяемых товаров при обобщении ответов приобретателей товаров:

А) в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами;

Б) произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое повышение цены невыгодным для продавца (-ов) предварительно определенного товара;

В) в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами; произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое

повышение цены невыгодным для продавца (-ов) предварительно определенного товара;

Г) правильно все;

Д) правильного ответа нет.

10. Назовите группу товаров, которые признаются продуктовыми границами товарного рынка:

А) в отношении которой выполняются условия: гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не ведет к их замене приобретателями на другие товары; гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

Б) в отношении которой выполняется хотя бы одно из условий: гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не ведет к их замене приобретателями на другие товары; гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

В) в отношении которой выполняется условие: гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не ведет к их замене приобретателями на другие товары;

Г) в отношении которой выполняется хотя бы одно из условий: гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары ведет к их замене приобретателями на другие товары; гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

Д) правильного ответа нет.

11. Назовите основные этапы процедуры определения географических границ товарного рынка:

А) предварительное определение географических границ товарного рынка; выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (-ми); определение территорий, входящих в границы рассматриваемого рынка;

Б) выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (-ми); предварительное определение географических границ товарного рынка; определение территорий, входящих в границы рассматриваемого рынка;

В) предварительное определение географических границ товарного рынка; анализ конкурентной среды на товарных рынках; определение территорий, входящих в границы рассматриваемого рынка;

Г) анализ конкурентной среды; выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (-ми); определение территорий, входящих в границы рассматриваемого рынка;

Д) правильного ответа нет.

12. Назовите критерии отнесения территории (продавцов) к другим товарным рынкам:

А) если цена товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), оказывается более чем на 15 % выше средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю(-ям) в пределах

предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка;

Б) если цена товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), оказывается более чем на 5 % выше средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю(-ям);

В) если цена товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), оказывается более чем на 20 % выше средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю(-ям);

Г) если цена товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), оказывается более чем на 10 % выше средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю(-ям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка;

Д) правильного ответа нет.

13. Назовите условия включения товаров в состав группы географических границ товарных рынков при обобщении ответов приобретателей товаров:

А) гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар ведет к тому, что приобретатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях); гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

Б) гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не ведет к тому, что приобретатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях); гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

В) в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами; произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое повышение цены невыгодным для продавца (-ов) предварительно определенного товара;

Г) в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами; гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не обуславливает утрату продавцом (-ми) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене;

Д) правильного ответа нет.

14. Назовите показатели расчета общего объема товарной массы в обороте за определенный период времени в продуктовых и географических границах рассматриваемого рынка и долей ХС на рынке:

А) объем продаж; масса прибыли; уровень рентабельности;

Б) объем поставок (отгрузок); расстояние грузоперевозок; объем грузоперевозок; объем товара в соответствии с заключенными договорами.

В) объем продаж; объем поставок (отгрузок); объем выручки; объем перевозок; объем производства; объем производственных мощностей; объем запасов ресурсов; объем товара в соответствии с заключенными договорами.

Г) объем выручки; объем перевозимого груза; расстояние грузоперевозок;

Д) правильного ответа нет.

15. Назовите формулу расчета коэффициента рыночной концентрации:

А) $CR = \sum D_i$;

Б) $HHI = \sum D_i^2$;

В) $R = G / Z_i$;

Г) $CR = \sum D_i / G$;

Д) правильного ответа нет.

16. Назовите формулу расчета индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана:

А) $CR = \sum D_i$;

Б) $HHI = \sum D_i^2$;

В) $R = G / Z_i$;

Г) $CR = \sum D_i / G$;

Д) правильного ответа нет.

17. Приведите в соответствие уровни концентрации товарного рынка и их значение:

1. Высокий -	4. при $CR < 45\%$ или $HHI < 1000$
2. Умеренный -	5. при $70\% \leq CR \leq 100\%$ или $2000 \leq HHI \leq 10000$
3. Низкий -	6. при $45\% \leq CR < 70\%$ или $1000 \leq HHI < 2000$

18. Назовите диагностические компоненты анализа конкурентов по М. Портеру:

А) будущие цели; текущие стратегии; представления; потенциальные возможности;

Б) текущие цели; стратегии; потенциальные возможности;

В) цели анализа; будущие стратегии; характеристика реакции конкурента;

Г) анализ конкурентной среды; будущие цели; текущие стратегии; потенциальные возможности;

Д) правильного ответа нет.

19. Дайте определение понятия: «Конкурентная карта рынка» - это:

А) классификация конкурентов по географическим границам рассматриваемого рынка;

Б) классификация конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке;

В) классификация конкурентов по продуктовым границам товарного рынка;

Г) классификация конкурентов по ценовой политике;

Д) правильного ответа нет.

20. Назовите формулу расчета стабильности рыночной доли:

А) $CR = \sum D_i$;

Б) $HHI = \sum D_i^2$;

В) $R = G / Z_i$;

Г) $P_i = K_i - K_i^n / K_i$;

Д) правильного ответа нет.

Шкала оценки выполнения тестов:

- 75% правильных ответов – 5 баллов.
- 65% правильных ответов – 4 балла.
- 55% правильных ответов – 3 балла.

- Менее 50% правильных ответов – 0 баллов.

VIII. Перечень педагогических и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (по необходимости)

Современный образовательный процесс предусматривает использование разнообразных образовательных технологий обучения в том числе, информационных и электронных технологий обучения, активных и интерактивных технологий, дистанционных, сетевых форм обучения и т.д.

Информационные и электронные технологии обучения – образовательные технологии, использующие специальные технические и электронные информационные средства (ПК, аудио, кино, видео, CD, DVD или flash-карты).

Использование информационных технологий и активных методов обучения

Под инновационными методами в высшем профессиональном образовании подразумеваются методы, основанные на использовании современных достижений науки и информационных технологий в образовании. Они должны быть направлены на повышение качества подготовки специалистов путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного и проективного обучения, исследовательские методы, тренингов формы, предусматривающие актуализацию творческого потенциала и самостоятельности студентов и др.).

Деятельные технологии включают в себя анализ производственных ситуаций, решение ситуационных задач, деловые игры, моделирование профессиональной деятельности в учебном процессе, контекстное обучение организации профессионально-ориентированной учебно-исследовательской работ. Ведущая цель таких технологий – подготовка профессионала-специалиста, способного квалифицированно решать профессиональные задачи. Ориентация при разработке технологий направлена на формирование системы профессиональных практических умений, по отношению с которым учебная информация выступает инструментом, обеспечивающим возможность качественно выполнять профессиональную деятельность.

Создание электронных образовательных ресурсов в рамках самостоятельной работы студентов. Такой подход позволяет решить следующие проблемы:

- повышение мотивации студентов к изучению специальных дисциплин, так как при создании ресурса студенты сталкиваются с необходимостью приобретения навыков работы с множеством прикладных программ;
- повышение качества изучения прикладных программ;
- расширение спектра самостоятельной учебной работы студентов;
- получение готового продукта;
- познавательное исследование предметной области в целом;
- воспитание полноправного члена информационного общества.

Создание студентами электронного обучающего мультимедийного ресурса значительно индивидуализируют учебный процесс, увеличивают скорость и качество усвоения учебного материала, существенно усиливают практическую направленность, в целом - повышают качество образования.

Метод инновационного обучения «один-одному». Данный метод является одним из методов индивидуализированного преподавания, для которого характерно взаимоотношения обучаемого с преподавателями на основе не только непосредственного контакта, но и посредством электронной почты. Данный метод целесообразно применять в рамках организации самостоятельной работы студентов.

Метод инновационного обучения на основе коммуникаций «многие-многим». Для данного метода характерно активное взаимодействие между всеми участниками учебного процесса. Интерактивные взаимодействия между самими студентами, между преподавателем и студентами является важным источником получения знаний посредством проведения: ситуационный анализ, «мозговая атака», «круглый стол», дискуссия и др.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft office professional (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)
- Microsoft Windows Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)

IX. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (или модулю)

Материально-техническая база необходимая и применяемая для осуществления образовательного процесса и программное обеспечение по дисциплине включает (в соответствии с паспортом аудитории):

- специальные помещения (аудитории), укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации в аудитории;
- мультимедийное оборудование (ноутбук, экран и проектор);
- ПК для работы студентов в компьютерном классе с выходом в Интернет.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, учебная аудитория № 319, 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22	Столы, стулья, кафедра, доска, переносной мультимедийный проектор, переносной экран, переносной ноутбук.
---	--

Учебная аудитория согласно паспорта 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22	Столы, стулья, кафедра, доска, переносной мультимедийный проектор, переносной экран, переносной ноутбук.	Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017) MS Office 365 pro plus (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017) Microsoft Visual Studio Professional 2012 (Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017)
Учебная аудитория № 311а, 305	Столы, стулья, доска, переносной ноутбук.	Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)

170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22		MS Office 365 pro plus (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)
Кафедра экономики предприятия и менеджмента 311 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22	Стол, стулья, стационарный компьютер, принтер.	Adobe Reader XI (11.0.13) – Russian (бесплатно) Google Chrome (бесплатно) Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (антивирус) Microsoft office professional 2016 (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017) OpenOffice 4.1.1 (бесплатно) Qt 5.6.0 (бесплатно) WinDjView 2.0.2 (бесплатно) ИКТС 1.21 Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)
Кабинет тьюторов 110 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22	Стол, стулья, стационарный компьютер, принтер.	Adobe Reader XI (11.0.13) – Russian (бесплатно) Google Chrome (бесплатно) Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (антивирус) Microsoft office professional 2016 (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017) OpenOffice 4.1.1 (бесплатно) Qt 5.6.0 (бесплатно) WinDjView 2.0.2 (бесплатно) ИКТС 1.21 Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)

Х. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины (или модуля)

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины (или модуля)	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения
1.	4-10 разделы	Корректировка разделов рабочей программы в связи с обновлением исходной информации.	Протокол заседания кафедры экономики предприятия и менеджмента №3 от 29.05.2017 г.
2.	5 раздел	Корректировка раздела рабочей программы в связи с обновлением исходной информации	Протокол заседания кафедры экономики и менеджмента №1 от 28.08.2021 г.