

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.03.2026 09:49:12
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет
Кафедра финансово-экономического и бизнес-образования

Согласовано
деканом экономического факультета
«25» марта 2024 г.

/Фонина Т.Б./

Рабочая программа дисциплины

Управление конкуренцией

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль:
Экономика предприятий и организаций

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Согласовано учебно-методической комиссией
экономического факультета
Протокол «25» марта 2024 г. № 7
Председатель УМКом _____

/Сюзева О.В./

Рекомендовано кафедрой финансово-
экономического и бизнес-образования
Протокол от «11» марта 2024 г. № 8
Зав. кафедрой _____

/Власова Т.И./

Москва
2024

Автор-составитель:
Фонина Т.Б.
Кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины «Управление конкуренцией» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России № 954 от 12.08.2020

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Объем и содержание дисциплины	5
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	7
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	19
7. Методические указания по освоению дисциплины	20
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	21

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины - является подготовка студентов к самостоятельному анализу конкурентной рыночной среды, выявлению резервов повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и разработке стратегии и тактики повышения конкурентоспособности предприятий.

Задачи дисциплины:

- изучение понятийного аппарата, используемого в теории управления конкуренцией.
- изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических, профессиональных и прикладных задач.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

СПК-2. Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Изучение дисциплины базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Бизнес-планирование», «Экономика организации».

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины необходимы для дальнейшего успешного освоения таких дисциплин, как «Экономика и социология труда», при написании выпускной квалификационной работы, а также для прохождения учебной и производственной практики.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
	Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72
Контактная работа:	54,2
Лекции	18
Практические занятия	36
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет	7,8
Самостоятельная работа	10
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации: зачет в 5 семестре

3.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
Раздел I. Теоретические основы управления конкуренцией		
Тема 1. Общий механизм действия конкурентной системы Теория конкуренции и конкурентоспособности как часть теории маркетинга. Конкуренция как ключевой элемент функционирования и развития системы рыночных отношений в современной экономике. Эволюционная концепция конкуренции, основанная на представлениях о конкуренции как о движущей силе экономического развития и экономического роста. Общая схема конкурентного рынка. Понятие совершенной (свободной, чистой) и несовершенной конкуренции. Три разновидности несовершенной конкуренции: монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция и монополия.	4	8
Тема 2. Экономическая сущность конкуренции Подходы к определению дефиниции «конкуренция». Понятие конкурентная борьба. Основные виды конкуренции. Функциональная конкуренция. Особенности видовой конкуренции. Предметная, или межфирменная, конкуренция. Конкуренция на основе перелива капитала из одной отрасли в другую. Формы конкуренции. Монополия как тип рыночной структуры. Основные виды монополий: закрытая, открытая, естественная монополия. Типы и пути образования естественных монополий. Характеристика организационной, технологической, экономической и административной (государственной) монополии.	2	4
Тема 3. Способы ведения конкурентной борьбы Факторы, определяющие основные стратегии конкурентного поведения предприятий отрасли. Характеристика сил, предопределяющих интенсивность конкуренции в отрасли. Влияние покупателей как движущая сила конкуренции. Влияние поставщиков на конкурентную борьбу. Угроза со стороны новых конкурентов и товаров-субститутов. Типы конкурентного поведения предприятий. Факторы внешней и внутренней среды предприятия, предопределяющие выбор предприятием модели конкурентного поведения на рынке. Виолентная (силовая) стратегия как тип поведения предприятия на рынке. Особенности патентной (нишевой) стратегии поведения. Характеристика коммутантной (приспособительной) стратегии. Особенности эксплерентной (пионерской) стратегии. Основные модели конкурентного поведения	2	4
Раздел II. Управление конкуренцией в рамках предприятия		
Тема 4. Формирование конкурентной стратегии предприятия Экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия». Подходы к определению конкурентной стратегии. Процесс разработки и выбор конкурентной стратегии организации. процесса формирования стратегии.	2	4

<p>Факторы, предопределяющие выбор конкурентной стратегии</p> <p>Типы конкурентных стратегий. Основные уровни принятия стратегических решений: 1) общий или корпоративный (корпоративная стратегия); 2) 5 деловой или конкурентный (деловая стратегия) и 3) функциональный (функциональные стратегии).</p> <p>Основными типами конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер; претендент на лидерство; последователи; окопавшиеся в рыночных нишах.</p>		
<p>Тема 5. Анализ деятельности конкурентов предприятия</p> <p>Основные подходы к изучению конкурентов. Цели и задачи исследования конкурентов предприятия. Понятие и особенности активных и потенциальных конкурентов. Основные способы выявления действующих и потенциальных конкурентов. Построение карты стратегической группировки отрасли. Основные этапы анализа деятельности конкурентов. Методы изучения и анализа деятельности конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. Определение вероятных методов конкурентной борьбы.</p> <p>Анализ конкурентов по факторам 4Р. Построение листа оценки конкурентоспособности (систематизация результатов анализа «4Р»).</p> <p>Особенности метода функциональных карт как возможного способа изучения деятельности конкурентов. Сбор и анализ информации о конкурентах. Составление «Учетной карточки конкурента». Сбор и анализ первичной и вторичной информации о конкурентах.</p>	2	4
<p>Тема 6. Конкурентоспособность предприятия и методы ее оценки</p> <p>Подходы к определению понятия «конкурентоспособность».</p> <p>Критерии (факторы) оценки конкурентоспособности предприятия</p> <p>Способы оценки конкурентоспособности предприятий. Основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Методы определения конкурентоспособности предприятия: метод суммы мест; анализ экономической конкурентоспособности; метод балльной оценки; метод балльной оценки с учетом степени весомости факторов.</p> <p>Расчет относительного показателя конкурентоспособности предприятия.</p> <p>Оценка собственной конкурентной позиции фирмы на рынке. Методы оценки конкурентного положения фирмы на рынке: матричный метод (метод «Бостонской консалтинговой группы»); метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия; метод, основанный на теории эффективной конкуренции.</p> <p>Анализ экономического и финансового состояния фирмы как показателей уровня ее устойчивого положения на рынке.</p> <p>Государственная политика повышения конкурентоспособности предприятия.</p>	2	4
<p>Тема 7. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя</p> <p>Стратегическое позиционирование компании по методике профессора И. Гуркова. Матрицы потребителя, оценочные параметры – цена и качество; матрица производителя, оценочные параметры – удельные издержки и корневые компетенции. Методика построения</p>	4	8

каждой матрицы, их стратегическое совмещение. Стратегические типы компаний: аутсайдер, защитник издержек, интегрированный анализатор, защитник качества, диверсифицированный анализатор, монополист, проспектор. Рекомендуемые действия по стратегическому развитию компаний различного стратегического типа.		
Итого	18	36

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
Экономическая сущность конкуренции Подходы к определению дефиниции «конкуренция».	Характеристика монополии. Олигополия как форма взаимодействия продавцов и покупателей. Особенности полиполии. Конкуренция продавцов и конкуренция покупателей. Конкуренция покупателей как форма взаимоотношений покупателей по поводу формирования спроса и цен на рынке. Индивидуальная и групповая конкуренция. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция. Предметная конкуренция. Видовая конкуренция. Уровень интенсивности предметной и видовой конкуренции. Конкуренция на основе перелива капитала из одной отрасли в другую и функциональная конкуренция. Ценовая и неценовая конкуренция. Добросовестная и недобросовестная формы конкуренции. ФЗ «О защите конкуренции». Анализ конкурентной среды рынка. Этапы исследования конкурентной среды рынка. Оценка степени	6	Подготовка к практическим занятиям, подготовка докладов, изучение литературы, выполнение тестовых заданий	Программа курса, учебная и научная литература по дисциплине	Опрос, доклад, тест

	<p>монополизации рынка. Расчет коэффициента рыночной концентрации. Анализ конкурентной среды с помощью индекса Херфиндаля - Хиршмана. Факторный анализ динамики рыночных долей конкурентов. Построение конкурентной карты рынка, выявление типовых стратегических положений фирм на рынке. Государственное регулирование конкуренции. Антимонопольная политика России.</p>				
<p>Формирование конкурентной стратегии предприятия</p>	<p>Характеристика и основные виды портфельных стратегий. Матрица «товары / рынки» И. Ансоффа. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ). Многофакторная матрица «Мак-Кинси». Модель Шелл/ДПМ - «матрица направленной политики». Общая стратегическая модель М. Портера. Характеристика инновационных стратегий по П. Друкеру. Виды стратегий в зависимости от размера предприятия.</p>	4	<p>Подготовка к практическим занятиям, подготовка докладов, изучение литературы, выполнение тестовых заданий</p>	<p>Программа курса, учебная и научная литература по дисциплине</p>	<p>Опрос, доклад, тест</p>
Итого:		10			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
СПК-2. Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	<p>1. Работа на учебных занятиях</p> <p>2. Самостоятельная работа</p>

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
СПК-2	Пороговый	<p>1. Работа на учебных занятиях</p> <p>2. Самостоятельная работа</p>	<p>Знать:</p> <p>основную нормативно-правовую базу экономических показателей;</p> <p>- основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</p> <p>- виды расчетов экономических показателей.</p> <p>Уметь:</p> <p>- проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально-экономических показателей;</p> <p>- анализировать многообразие социально-экономических показателей;</p> <p>Владеть:</p> <p>- основами предлагаемых для расчетов типовых методик;</p> <p>- действующей нормативно-правовой базой используемой для расчетов экономических показателей;</p>	Опрос, тест, доклад	<p>Шкала оценивания опроса</p> <p>Шкала оценивания теста</p> <p>Шкала оценивания доклада</p>

	Продвинуты й	1.Работа на учебных занятиях 2.Самостоятельная работа	<p>Знать: основную нормативно-правовую базу экономических показателей; - основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - виды расчетов экономических показателей.</p> <p>Уметь: - проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально-экономических показателей; - анализировать многообразие социально-экономических показателей;</p> <p>Владеть: - основами предлагаемых для расчетов типовых методик; - действующей нормативно-правовой базой используемой для расчетов экономических показателей;</p>	Опрос, тест, доклад	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания теста Шкала оценивания доклада
--	-----------------	--	---	---------------------	---

Шкала оценивания опроса

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	0-2
Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	0-2
Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать	0-3

ответ конкретными примерами, фактами	
Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-3

Шкала оценивания доклада

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Степень раскрытия темы	0-7
Личный вклад автора	0-4
Структурированность материала	0-3
Ссылки на источники	0-2
Объем и качество используемых источников	0-4
Оформление текста и грамотность речи	0-5
Защита доклада	0-5

Шкала оценивания теста

Написание теста оценивается по шкале от 0 до 15 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания теста: 13-15 баллов (80-100% правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на высоком уровне (оценка отлично); 10-12 баллов (70-75 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо); 7-9 баллов (50-65 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно); 0-3 баллов (менее 50 % правильных ответов) - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы к зачету:

- 1 Понятие дефиниции конкурентоспособность предприятия, товара, страны, предложенные различными авторами
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности)
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
- 10 Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия
- 11 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 12 Методы оценки конкурентоспособности организации
- 13 Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- 14 Методы оценки конкурентоспособности товара

- 15 Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
- 16 Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
- 17 Система сбалансированных показателей
- 18 Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
- 19 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации
- 20 Раскройте экономическое содержание понятия «конкурентоспособность товара»
21. Какие основные факторы конкурентоспособности товара вам известны?
22. В чем состоит взаимосвязь и взаимообусловленность понятий конкурентоспособности продукции и качества товара?
23. Каковы особенности и виды маркетинговых показателей конкурентоспособности товаров?
24. Какие вы знаете основные методы оценки конкурентоспособности товара?
25. В чем состоит сущность интегрального метода определения конкурентоспособности товара предприятия?
26. Назовите основные экономические показатели конкурентоспособности товара
27. Назовите отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих вопросы конкуренции. О чем говорится в их работах?
28. Какие подходы к понятию конкуренции выделяют? Что такое конкуренция?
29. Назовите формы конкуренции в зависимости от разных критериев.
30. Какая форма конкуренции, ценовая или неценовая, преобладает в России и в развитых странах? Приведите примеры.

Примерная тематика докладов

1. Конкуренция: понятие, значение для рыночной экономики.
2. Классификация и характеристика рынков в зависимости от остроты конкуренции.
3. Методы конкуренции.
4. Формы конкуренции.
5. Понятие и оценка конкурентной борьбы.
6. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
7. Конкурентоспособность товара и услуг: понятие и показатели, ее характеризующие.
8. Взаимосвязь конкурентоспособности товара (услуги) и прибыли организаций.
9. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рынке.
10. Формы недобросовестной конкуренции.
11. Отличие конкурентоспособности и уровня качества товара (услуги).
12. Качество товара (услуги) как основной фактор конкурентоспособности.
13. Конкурентоспособность товара (услуги) как параметры конкурентоспособности.
14. Рыночные факторы конкурентоспособности.
15. Экономические условия конкурентоспособности организации, товара и услуги.
16. Пути повышения конкурентоспособности организации, товаров и услуг.
17. Принципы оценки конкурентоспособности организации.
18. Управление конкурентоспособностью организации на основе выбора стратегий.
19. Источники информации о конкурентах.
20. Методы сбора информации о конкурентах.
21. Особенности метода конкурентной разведки.
22. Этапы текущего конкурентного анализа.
23. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.
24. Формирование конкурентной стратегии организаций отраслей.
25. Функциональное обеспечение реализации конкурентной стратегии.

Тестовые задания

1. Термин «конкуренция» произошел от латинского слова, обозначающего:

- а) «воевать»;
- б) «делить»;
- в) «сталкиваться»;
- г) «быть первым».

2. Конкурентный рынок – это:

- а) рынок с жесткой конкуренцией;
- б) рынок, где представлено два и более продавца;
- в) свободный рынок без входных барьеров;
- г) рынок, где отсутствует монополист.

3. Какой из перечисленных критериев входит в классификацию видов конкуренции:

- а) этичность применяемых методов конкурентной борьбы;
- б) количество участников конкурентной борьбы;
- в) степень интенсивности конкуренции;
- г) прогнозируемость изменений условий конкуренции.

4. Объектом конкуренции являются:

- а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

5. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования
- б) издержки производства и сбыта;
- в) полезный эффект и цена потребления;
- г) потребительская новизна товара.

6. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция;
- б) прогрессивная вертикальная интеграция;
- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

7. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- а) М. Портер
- б) А. Литл;
- в) Ф. Котлер;
- г) И. Ансофф.

8. В переводе с латинского термин «конкуренция» означает

- А) сталкивание
- Б) борьба
- В) услуга

9. Цель конкуренции

- А) занять место на рынке
- Б) удовлетворить спрос потребителей
- В) получение прибыли от реализации товаров

10. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:

- а) сильные стороны конкурентов
- б) как нужно отвечать на действия конкурентов
- в) слабые стороны конкурентов

11. Главным элементом на рынке конкуренции является

- А) Реклама
- Б) товар
- В) конкурент

12. Конкурентоспособность товара – это

- А) фальсификация товара
- Б) уровень его потребительских свойств
- В) способ реализации товара

13. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества

- а) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.

14. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведётся за счет

- а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
- б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
- в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

15. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:

- А) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Основными формами текущего контроля являются опрос, доклад, тест, зачет для очной формы обучения в 5 семестре.

В промежуточную аттестацию включаются как теоретические вопросы, так и практические задания.

Неудовлетворительной сдачей зачета считается экзаменационная составляющая менее или равная 10 баллам (при максимальном количестве баллов, отведенных на зачет 30). При неудовлетворительной сдаче зачета (менее или равно 10 баллам) или неявке по неуважительной

причине на зачет экзаменационная составляющая приравнивается к нулю (0). В этом случае студент в установленном в Университете порядке обязан пересдать зачет.

2.4. При пересдаче зачета используется следующее правило для формирования рейтинговой оценки:

- 1-я пересдача – фактическая рейтинговая оценка, полученная студентом за ответ, минус 10 баллов;

- 2-я пересдача – фактическая рейтинговая оценка, полученная студентом за ответ, минус 20 баллов.

Шкала оценивания зачета

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	21-30
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	13-20
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	6-12
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-5

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Отлично
61-80	Хорошо
41-60	Удовлетворительно
0-40	Неудовлетворительно

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Залозная, Д.В. Учебное пособие по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» : учеб. пособие / Д.В. Залозная, М.В. Тарадина. - Москва: Директ-Медиа, 2017. -

327 с. – Текст: электронный. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486380>

2. Петров, Д. А. Конкурентное право : учебник и практикум для вузов / Д. А. Петров, В. Ф. Попондопуло . — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 350 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/450057>

3. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для вузов / Горбашко Е.А., ред. - М. : Юрайт, 2017. - 447с. – Текст: непосредственный

6.2. Дополнительная литература

1. Архипова, Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции : монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 104 с. — Текст: электронный. - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=956769>

2. Конкурентное право России [Электронный ресурс]: практикум / Гаврилов Д.А. и др. - М. : Проспект, 2016. — 143с. — Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392188116.html>

3. Мокроносков, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. Г. Мокроносков, И. Н. Маврина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2014. — 196 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69613.html>

4. Пармененков, К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России: монография. — М. : ИНФРА-М, 2018. - 80 с. – Текст: электронный. - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=953151>

5. Портер, М. Международная конкуренция [Электронный ресурс] : конкурентные преимущества стран. — М. : Альпина Паблицер, 2017. — 948 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58559.html>

6. Соловьева, Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учеб. пособие для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2019. — 131 с. — Текст : электронный. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/433255>

7. Копьёв, А.В. Конкурентное право [Электронный ресурс]: учеб. пособие /А.В. Копьёв, Н.А. Агешкина. — М. : Дашков и К, 2018. — 178 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75220.html>

8. Попова, Н.Ф. Правовое регулирование экономической деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / Н. Ф. Попова, М. А. Лапина. — М. : Юрайт, 2018. — 278 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/CE376FA0-DE88-4364-9B47-A6B5EA9B38A1

9. Тарануха, Ю. В. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс] : монография. — М. : Русайнс, 2017. — 336 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78861.html>

10. Тенишев, А.П. Антимонопольное регулирование: проблемы законодательства, теории и практики [Электронный ресурс] / Тенишев А.П., Шишко И.В. - М. : Проспект, 2018. – 272с. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392273836.html>

11. Шишкин, М.В. Антимонопольное регулирование [Текст]: учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. - М. : Юрайт, 2018. - 143с.

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики
<http://www.consultant.ru> – Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
<http://www.garant.ru> – Справочная правовая система «Гарант»
Электронно-библиотечная система Лань <https://e.lanbook.com>
ООО «Электронное издательство Юрайт» <https://urait.ru>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Список методических указаний/рекомендаций, используемых при освоении данной дисциплины

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете
2. Методические рекомендации по подготовке и проведению лекционных занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете
3. Методические рекомендации по подготовке и проведению практических занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете
4. Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows
Microsoft Office
Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ
Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования

pravo.gov.ru - Официальный интернет-портал правовой информации

www.edu.ru – Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием.
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.