


ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
 Л.Н.Костина  
«20» «06» \_\_\_\_\_ .2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Управление конкурентоспособностью малого бизнеса»**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Управление малым бизнесом»

Донецк  
2017



**1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)**

Цель изучения дисциплины «Управление конкурентоспособностью малого бизнеса» состоит в том, чтобы студенты получили целостное представление о теоретических основах разработки, принятия и реализации управленческих решений и приобрели необходимые навыки применения современных методов при разработке и реализации управленческих решений в современной организации.

Код компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК - 7	Знание современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности	<p><b>знать:</b> технологические, организационно - управленческие, экономические методы обеспечения конкурентоспособности организации непродуцированной сферы; методы и практику регулирования конкурентных отношений в организациях республики и за рубежом;</p> <p><b>уметь</b> применять методики оценки конкурентоспособности услуги (продукции) с учетом специфики организации; обосновать конкурентную стратегию организации малого бизнеса; разрабатывать систему управления конкурентоспособностью организации малого бизнеса;</p> <p><b>владеть:</b> методикой анализа деятельности конкурентов; методиками конкурентного анализа организаций малого бизнеса.</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><b>знать:</b> основные теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ организаций малого бизнеса; методологию анализа конкурентоспособности продукции и организации; источники конкурентного преимущества организации малого бизнеса;</p> <p><b>уметь</b> применять методики оценки конкурентоспособности организаций на республиканском и международных рынках; выявлять ключевые факторы успеха в отрасли и источники конкурентных преимуществ;</p> <p><b>владеть:</b> методикой диагностики конкурентной среды организации; методикой построения конкурентной карты рынка;</p>
ПК-22	знает экономические	

	основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли, применять полученные результаты при создании новых продуктов (услуг)
--	--

## 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» отнесена к вариативной части обязательных дисциплин.

### 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Список дисциплин, результаты которых необходимы для изучения данной дисциплины: «Управление трудовой деятельностью на малом предприятии», «Управление рисками в малом бизнесе», «Создание и организация деятельности малого предприятия», «Деловые коммуникации в малом предпринимательстве».

### 2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами, как «Бизнес-модели предпринимательской деятельности малого предприятия», «Оценка бизнеса и управление стоимостью фирмы», «Менеджмент в малом и среднем бизнесе», «Стратегический менеджмент».

## 3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента:

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр №5	Семестр №5
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>Количество часов на вид работы:</b>	
<b>Виды учебной работы, из них:</b>					
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>				<b>54</b>	<b>8</b>
В том числе:					
Лекции				<b>18</b>	<b>4</b>
Семинарские занятия				<b>36</b>	<b>4</b>
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>				<b>18</b>	<b>64</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>					
В том числе:					
зачет				зачет	

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

**4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)							
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения			
	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Конкурентоспособность организации малого бизнеса	2	4	2	8			8	8
Тема 2. Теория управления конкурентными преимуществами объектов	2	4	2	8			8	8
Тема 3. Управление конкурентоспособностью организаций малого бизнеса: теория и методология	2	4	2	8	2	2	8	12
Тема 4. Мониторинг факторов конкурентной среды организаций малого бизнеса	2	4	2	8			8	8
Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности организаций малого бизнеса	2	4	2	8			8	8
Тема 6. Диагностика управления конкурентоспособностью организаций малого бизнеса	2	4	4	10			8	8
Тема 7. Конкурентные стратегии организаций как основа получения конкурентных преимуществ	2	6	2	10			8	8
Тема 8. Обеспечение разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организаций малого бизнеса	4	6	2	12	2	2	8	12
<b>Всего за семестр:</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>64</b>	<b>72</b>

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины:

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Тема 1. Конкурентоспособность организации малого бизнеса	Конкуренция и конкурентоспособность: сущность, виды, критерии и значение. Методы конкурентной борьбы. Конкурентное законодательство	<b>Семинарское занятие 1,2.</b>		
		Конкурентоспособность продукции. Сущность интегрального показателя качества продукции. формирование конкурентоспособности	4	
Тема 2. Теория управления конкурентными преимуществами объектов	Сущность и классификация ценностей. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов.	<b>Семинарское занятие 3,4</b>		
		основные факторы конкурентоспособности. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности. факторы формирующие конкурентную среду	4	
Тема 3. Управление конкурентоспособностью организаций малого бизнеса: теория и методология	Управление конкурентоспособностью. Основные направления и подходы к оценке конкурентоспособности. Конкурентные преимущества и ключевые факторы успеха	<b>Семинарское занятие 5,6:</b>		
		факторы оказывают влияние на формирование конкурентной среды в регионе. цели и принципы регионального маркетинга. сущность матрицы «рост рынка / доля рынка»	4	
Тема 4. Мониторинг факторов конкурентной среды организаций малого бизнеса	Конкурентная среда предприятия, оценка его факторов. Оценка рыночной доли фирмы и интенсивности конкуренции. Конкурентные силы, оценка их влияния.	<b>Семинарское занятие 7,8:</b>		
		Особенности нового быстрорастущего рынка. Структура конкурентной среды и конкурентные преимущества . Выделение преимущества и недостатков.	4	
Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности организаций малого бизнеса	Общая схема оценки конкурентоспособности. Выбор базы сравнения для оценки конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности товара. Методы оценки конкурентоспособности организации.	<b>Семинарское занятие 9,10:</b>		
		Схему оценки конкурентоспособности на основе соответствующей базы сравнения для оценки конкурентоспособности; Методы оценки	4	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
		конкурентоспособности товара и организации.		
Тема 6. Диагностика управления конкурентоспособностью организаций малого бизнеса	Модель процесса диагностики конкурентоспособности. Управление конкурентным риском	<b>Семинарское занятие 11,12:</b>		
		Модель процесса диагностики конкурентоспособности. Управления конкурентным риском и применение соответствующих стратегий	4	
Тема 7. Конкурентные стратегии организаций как основа получения конкурентных преимуществ	Конкурентная стратегия и ее соответствие деловой окружающей среде. Конкурентные стратегии, их виды и характеристика	<b>Семинарское занятие 13,14, 15:</b>		
		Конкурентная стратегия и определение ее соответствующей деловой окружающей среде Конкурентные стратегии, их виды и характеристика	6	
Тема 8. Обеспечение разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организаций малого бизнеса	Правовое обеспечение. Стандартизация и методическое обеспечение. Ресурсное обеспечение. Информационное обеспечение.	<b>Семинарское занятие 16, 17, 18:</b>		
		Правовое обеспечение разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности. стандартизация и методическое обеспечение разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности	6	

## 5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

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

1. Управление конкурентоспособностью малого бизнеса: конспект лекций для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление малым бизнесом») очной и заочной форм обучения / сост. В.С.Козлов - Донецк. ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017 – 152с (в электронном варианте).

2. Управление конкурентоспособностью малого бизнеса: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль «Управление малым бизнесом») очной и заочной форм обучения / сост. В.С. Козлов. – Донецк: ДонГУУ, 2017. – 51 с.

3. Управление конкурентоспособностью малого бизнеса: методические рекомендации по самостоятельной работе для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление малым бизнесом») очной и заочной форм обучения / сост. В.С.Козлов - Донецк. ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017 – 35с.

#### **Перечень вопросов для самоподготовки**

1. Основные методы государственного регулирования конкурентной среды.
2. Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития общества.
3. Анализ реакции конкурента на действия фирмы в условиях олигополии.
4. Выбор стратегии поведения фирмы в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей.
5. Суть основанных экономических законов рыночных отношений.
6. Основные проблемы управления конкурентоспособностью предприятий малого бизнеса в ДНР.
7. Движущие силы рынка и их влияние на предприятия малого бизнеса.
8. Исследование опыта США по управлению конкурентоспособностью на предприятиях малого бизнеса.
9. Опыт Японии, США, Западной Европы и отечественный опыт управления качеством на предприятиях малого бизнеса.
10. Оценка эффективности управления рисками на предприятиях малого бизнеса.
11. Структура стратегии повышения конкурентоспособности на предприятиях малого бизнеса.
12. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью.
13. Принципы управления объектами.
14. Формирование портфелей новшеств в инновации.
15. Формирование целей и структуры стратегии повышения конкурентоспособности на предприятиях малого бизнеса.

#### **5.2. Перечень основной учебной литературы**

1. Батченко Л.В. Комунікаційні процеси в міжнародному менеджменті [ текст ]: навч.-метод. посіб./ Л.В.Батченко, С.С. Драгомірова; ДонГУУ . - Донецьк: ДонДУУ, 2010. - 123 с.
2. Говорушко, Т.А. Малий бізнес : навчальний посібник / Т.А. Говорушко, О.І. Тимченко. - К. : ЦНЛ, 2006. - 200 с.
3. Долгальова, О.В. Управління малим бізнесом [текст] : підручник: рек. М-ом освіти і науки України / О.В.Долгальова, О.В.Балабенко; Донбаська нац. акад. буді-ва і архіт.-Маїївка: Цифрова типографія, 2011.-298 с.
4. Колесников Д.В. Бізнес-комунікації [ текст ] : стислий конспект лекцій . — Донецьк: ДонДУУ, 2008 . -87 с.
5. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. [текст]: практическое руководство / А.А.Мирошниченко . — М. : Книжный мир, 2008 . — 384 с.
6. Шамхалов, М.И. Государство и экономика. Власть и бизнес. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономика, 2005. - 714 с.

#### **5.3. Перечень дополнительной литературы**

1. Абабков Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма: Учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА- М, 2011. - 144 с.
2. Завьялов П.С. Конкуренция — неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. - 2008. - №5. - 97-124 с.
3. Иванов Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: Учеб. Пособие / Е. А. Иванов - Ростов -н/Д: Феникс, 2008. - 298с.
4. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент.—М.: Изд-во Эксмо, 2006.- 464 с.



5. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете. /Т. Кеглер - М.: Альпина. БизнесБукс, 2008. - 235 с.
6. Козлов В.С. Вплив розвитку сегментів транспортного потенціалу на конкурентоспроможність регіону. Збірник наукових праць «Вісник економіки транспорту і промисловості». - № 36 спец.випуск. Харків. Українська держ.акад. зал.тр-ту, 2011.С. - 47-52.
7. Козлов В.С. Необходимость оценивания транспортного потенциала с целью повышения конкурентоспособности региона в современных условиях / Научно-технические аспекты комплексного развития транспортной отрасли: сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции, 25-26 мая 2016 года / Министерство образования и науки ДНР, Министерство транспорта ДНР, Донецкая академия автомобильного транспорта и др. – Донецк: ДААТ, 2016 - 110 с.
8. Козлов В.С. Потапова Н.Н. Повышение конкурентоспособности региона за счет кардинальных мер по усовершенствованию системы управления на транспорте / Актуальные проблемы права, экономики и управления: материалы международной научно-практической конференции (28-29 апр. 2015 г.- Иркутск): РИО САПЭУ, 2015. – Вып. XI. – С.35-36.
9. Козлов В.С., Ярмоленко Н.В. Формування засад конкурентоспроможності регіонів з урахуванням можливостей інформатизації залізничної галузі. Ученые записки ТНУ им. Вернадского. Том 25 (64). №2 Экономика и управление. Симферополь. 2012.-С.48-55.
10. Колпакова Г. М. Финансы. Денежное обращение. Кредит: уч. пособие / Г. М. Колпакова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 544 с.
11. Коротков А. Некоторые аспекты методологии маркетинговых исследований // Маркетинг. - 2008. - №4. - 39-49 с.
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент, 12-е изд. / Ф. Котлер; пер. с англ. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Кантуревского. - СПб.: Изд-во «Питер», 2010. - 816с.
13. Круглик В. М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): Уч. пос./В.М.Круглик, А.К.Александров и др.; Под общ. ред. В.М.Круглика - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013-285с
14. Лебедева Н.Н. Инновационная активность предприятий как условие их конкурентоспособности // Journal of Institutional Studies - Журнал институциональных исследований. - 2010. - Т. 2. - № 4. - С. 15-21.
15. Лукина А.В. Маркетинг. - М: Форум ИНФРА - М 2008. - 134 с.
16. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Д.В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 320 с.
17. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие./ Е.И. Мазилкина Г.Г. Паничкина. – Москва: Омега-Л., 2008.- 325 с.
18. Мазилкина, Е. И., Паничкина Г. Г., Конкуренция. От теории к практике. Учебное пособие / Под ред. Е. И. Мазилкина - М.: Омега-Л, 2009. - 287с.
19. Максимова И.С. Оценка конкурентоспособности предприятия// Маркетинг. - 2008. - № 3. - 77-89 с.
20. Маслова Т.Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг. - СПб.: Питер, 2007. - 400 с.
21. Минько Э.В. Маркетинг: Учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. -М.: Юнити-Дана, 2008. - 351 с.
22. Мотышина, М.С., Большаков А. С., Михайлов В. И. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / Под ред. М. С Мотышина -Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 448с.
23. Наумова Л.М. Практический маркетинг в деятельности фирмы. М.: Элит, 2008. - 266 с.
24. Селименков Р.Ю. Пути повышения конкурентоспособности лесного комплекса региона // Финансовая аналитика : проблемы и решения. - 2010. - N 6 (30). - С. 60-67.
25. Семенов А.К. Основы менеджмента: Учебник / А. К. Семенов. - 4-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 556 с.

26. Семенов В.М. Развитие технико-технологических инноваций как основа обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий // Вестник УГТУ-УПИ. Серия : Экономика и управление. - 2008. - № 5. - С. 67-77.

27. Совместные инновационные проекты - залог конкурентоспособности // Областная газета. - Екатеринбург, 2010.

28. Строков В.А. Управление маркетингом на предприятии. - М.: Хорс, 2008. - 238 с.

29. Танака Хироши. Увеличение конкурентоспособности национальной промышленности путем использования открытых инноваций и управления метапрограммами // Управление проектами и программами. – 2010.-№ 1, 2, 3, 4.

30. Тарануха, Ю. В. Конкуренция и конкурентные стратегии. - М.: Изд-во «Дело и сервис», 2008. - 273с.

31. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М: Эксмо, 2008. - 544 с.

32. Франк С. Предпринимательство без границ. - М.: Олимп-Бизнес, 2008. - 362 с.

33. Хайем А. Маркетинг для «чайников». - М.: Диалектика, 2009. - 64 с.

34. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха: Учебник для вузов: Пер. с нем. - М.: ИНФРА - М, 2009. - 334 с.

35. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг.-М.: 2008-560 с.

36. Царев, В. В. - Оценка конкурентоспособности предприятий. Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 799 с.

### ***Нормативные материалы:***

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006, № 153-ФЗ;

2. Закон «О конкуренции и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.1991, № 948-1 (ред. от 26.07.2006);

### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

**7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

#### **7.1. Перечень информационных технологий (*при необходимости*)**

– Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.  
– Использование электронных презентаций при проведении лекций и семинарских занятий.

#### **7.2. Перечень программного обеспечения (*при необходимости*)**

– Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»).

– Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint») и т.п.

#### **7.3. Перечень информационных справочных систем (*при необходимости*)**

*Информационные справочные системы не используются.*

### **8.Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций**

#### **8.1. Виды промежуточной аттестации.**

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме зачета, позволяет оценить уровень сформированности компетенций и может осуществляться по результатам текущего контроля и итоговой контрольной работы, тестовых заданий и т.п.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме зачета позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом и может осуществляться как в письменной и так и в устной форме.

## 8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

### **8.3. Критерии оценки работы студента.**

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

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

Пример типового задания из оценочных средств, определенных в рамках данной дисциплины для проведения текущей, промежуточной аттестации по пунктам:

##### *Тестовые задания*

Определите один правильный ответ

1. Экономическая конкуренция происходит между:

- а) продавцами;
- б) потребителями;
- в) покупателями;
- г) производителями.

2. В зависимости от типа товарного рынка конкуренция подразделяется на:

- а) несовершенную (монополистическую);
- б) совершенную (немонополистическая);
- в) олигополистическая;
- г) функциональную.

3. В зависимости от степени взаимозаменяемости товаров конкуренция может быть:

- а) ценовой;
- б) неценовой;
- в) видовой;
- г) предметной

4. Диверсификация производства заключается:

- а) в повышении качества товаров;
- б) внутриотраслевой конкуренции;
- в) межотраслевой миграции капиталов;
- г) в расширении номенклатуры товаров, которые производятся.

5. Конкурентными преимуществами могут быть:

- а) высокое качество товаров, работ, услуг;
- б) сравнительно низкие цены на товары, работы, услуги;
- в) послепродажный сервис;
- г) территориальная близость к потребителям.

6. Ценовая конкуренция предполагает:
- а) продажа товара по ценам ниже, чем цены конкурентов;
  - б) продажа товара по ценам выше, чем цены конкурентов;
  - в) повышение качества товара;
  - г) все ответы правильные.
7. Недобросовестная конкуренция — это:
- а) распространение ложной информации, дискредитирующей фирму-конкурента;
  - б) нарушения принятых норм и правил конкуренции;
  - в) замалчивание важной для потребителя информации;
  - г) все ответы правильные.
8. Определить форму конкуренции, которая возникает вследствие того, что различные товары могут удовлетворять одну и ту же потребность:
- а) функциональная;
  - б) предметная;
  - в) видовая;
  - г) нет правильного ответа.
9. Под конкурентоспособностью фирмы понимается:
- а) способность производить и сбывать на рынке товар, что является более привлекательным для потребителя за товар конкурентов;
  - б) наличие большего капитала, чем у конкурентов;
  - в) наличие у фирмы более квалифицированных кадров;
  - г) все ответы верны.
10. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют следующую общую черту:
- а) производятся дифференцированные товары;
  - б) на рынке функционируют множество продавцов и покупателей;
  - в) выпускаются однородные товары;
  - г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции конкурентов.
11. Основными формами государственного регулирования являются:
- а) комплексное планирование экономического и социального развития страны;
  - б) прогнозирование развития народного хозяйства и конъюнктуры рынка;
  - в) регулирование ценовой политики в отношении товаров первой необходимости;
  - г) реализация национальных и целевых комплексных программ.
12. Механизм конкуренции в Украине регулируют следующие основные законодательные акты:
- а) Хозяйственный кодекс Украины;
  - б) Гражданский кодекс Украины;
  - в) О защите от недобросовестной конкуренции;
  - г) О защите экономической конкуренции.
13. Государственная политика в сфере развития экономической конкуренции направлена:
- а) на осуществление мероприятий по демонаполизации экономики;
  - б) на финансовую, материально-техническую, информационную и консультативную поддержку субъектов хозяйствования органами государственной власти и управления;

- в) на предотвращение каких-либо неправомерным действиям, которые могут негативно влиять на конкуренцию;
- г) государственный контроль за соблюдением законодательства о защите экономической конкуренции.

14. Антиконтурентными мерами (согласованными действиями), которые могут привести к недопущению, устранению или ограничению конкуренции, являются меры, касающиеся:

- а) установление цен или других условий приобретения или реализации товаров, ограничение производства, инвестиций или установления контроля над ними;
- б) распределения рынков или источников снабжения по территориальному принципу;
- в) устранение с рынка или ограничение доступа на рынок других субъектов хозяйствования;
- г) прямого вмешательства в осуществление хозяйственной деятельности других субъектов хозяйствования.

15. Субъект хозяйствования занимает монопольное (доминирующее) положение на рынке товара, если:

- а) на этом рынке у него нет ни одного конкурента;
- б) не испытывает значительной конкуренции вследствие ограниченности возможностей доступа других субъектов хозяйствования относительно закупки сырья, материалов и сбыта товаров;
- в) доля товаров на рынке превышает 35%;
- г) все ответы верны.

16. Злоупотребление монопольным (доминирующим) положением на рынке являются действия, которые привели к:

- а) недопущения и устранения конкуренции других субъектов хозяйствования;
- б) ограничение конкурентоспособности других субъектов хозяйствования;
- в) ущемления интересов других субъектов;
- г) согласованных действий.

17. Согласно действующему законодательству, антиконтурентными действиями являются:

- а) запрет или препятствование созданию новых предприятий;
- б) установление ограничений на осуществление отдельных видов деятельности;
- в) принуждение субъектов хозяйствования вступать в другие формы объединений;
- г) ограничение самостоятельности предприятий относительно приобретения или реализации товаров, ценообразования, формирования программ развития.

18. Субъектам хозяйствования, объединениям запрещается принуждать других субъектов хозяйствования:

- а) к антиконтурентных согласованных действий;
- б) к участию в концентрации субъектов хозяйствования;
- в) создавать крупным предприятиям препятствий в хозяйственной деятельности малым или средним предпринимателям;
- г) все ответы верны.

19. Государственный контроль за концентрацией организаций признает концентрацией:

- а) слияние объектов хозяйствования или присоединения одного субъекта к другому;
- б) приобретение контроля над другими субъектами хозяйствования;
- в) получение властных полномочий на предприятии с использованием силы;

г) все ответы верны.

20. Концентрацией не считаются:

- а) создание субъекта хозяйствования, следствием которого является осуществление координации конкурентного поведения между субъектами;
- б) приобретение долей (акций, паев) объекта хозяйствования лицом;
- в) действия, связанные отношениями контроля;
- г) все ответы верны.

21. Укажите, что является объектом науки управления:

- а) система государственного управления;
- б) субъекты и объекты управления;
- в) отношения современного управления;
- г) система научных категорий управления.

22. Миссия коммерческой организации — это:

- а) получение прибыли;
- б) четко определенная причина его существования, что определяется направлением ее деятельности;
- в) пути выживания организации;
- г) все ответы верны.

23. Согласно научным менеджментом, лидерство — это:

- а) способность влиять на отдельного человека или группу людей, направляя их усилия на достижение целей организации;
- б) способность формировать личность;
- в) влияние на человека таким образом, чтобы она выполняла необходимую работу;
- г) все ответы верны.

24. Прогнозирование как способ определения перспективных показателей конкурентоспособности предприятия относится к таким методам:

- а) экономических методов управления;
- б) административных;
- в) социально-психологических;
- г) побочного влияния.

25. Укажите, какие признаки правильно характеризуют термин “организация”:

- а) система;
- б) закрытая система;
- в) закрытая сложная система;
- г) сложная открытая социо-технологическая система.

26. В случае возникновения неожиданных и непредвиденных событий используется такая система управления:

- а) на основе контроля;
- б) на основе экстраполяции;
- в) на основе системы предполагаемых изменений;
- г) на основе гибких экстренных решений.

27. Под конкурентоспособностью товара понимают:

- а) все то, что потребитель понимает в своем индивидуальном представлении;
- б) то, что характеризует товар, его свойства и основные параметры;

в) то, что обеспечивает ему преимущества на рынке и способствует успешному сбыту в условиях конкуренции;  
г) все ответы верны.

28. На рыночную цену существенное влияние следующие факторы:

- а) величина спроса и предложения;
- б) качество продукции;
- в) уровень конкуренции в отрасли;
- г) размер издержек производства.

29. Укажите, до какого предела предприниматель будет продолжать выпускать товар:

- а) пока есть наличие ресурсов;
- б) пока на рынке будет существовать потребность в нем;
- в) пока он будет получать доход;
- г) пока товар будет конкурентоспособным.

30. Определить понятие “конкурентоспособность товара” исходя из его характеристик:

- а) очень высокий уровень качества;
- б) способность товара конкурировать на мировом рынке;
- в) сравнительно низкая себестоимость производства и реализации;
- г) все ответы верны.

31. Методы управления подразделяются на следующие:

- а) экономические, организационно-административные, правовые, социально-психологические;
- б) управленческие, распорядительные, социальные;
- в) корпоративные, нормативно-правовые;
- г) все ответы верны.

32. Экономические методы управления включают следующие элементы:

- а) нормативы, хозрасчет, материальное стимулирование, инструкции;
- б) приказы, ценообразования, правила финансирования и кредитования;
- в) хозрасчет, правила, материальное стимулирование, нормативы;
- г) хозрасчет, бригадный подряд, ценообразование, финансирование и кредитование, материальное стимулирование.

33. Для определения показателей качества продукции используются следующие методы:

- а) стоимостных зависимостей;
- б) измерительный;
- в) предельных и номинальных значений;
- г) расчетный.

34. Укажите, какой документ удостоверяет качество изделия:

- а) технический паспорт;
- б) ГОСТ;
- в) стандарт предприятия;
- г) сертификат.

35. Укажите, какое свойство продукции, которое характеризует ее качество, определяется с помощью показателей долговечности и безотказности:

- а) техническое назначение;



- б) надежность;
- в) стандартизация и унификация;
- г) технологичность.

36. Укажите, какой вид стратегии относительно продукта связывается с достижением конкурентных преимуществ с помощью более дешевого производства и сбыта продукции:

- а) дифференциации;
- б) низких издержек;
- в) научно-технических преимуществ;
- г) все ответы верны.

37. Стратегия сворачивания деловой активности и выхода с рынка целесообразна при следующих рыночных условиях:

- а) высокий рост рынка и низкая относительная доля рынка (ОДР);
- б) высокий рост рынка и высокая ОДР;
- в) низкий рост рынка и низкая ОДР;
- г) нет правильного ответа.

38. Задача стратегического управления состоит:

- а) в подготовке фирмы к возможным изменениям рыночной ситуации, противодействия неблагоприятному воздействию случайных факторов;
- б) в распределении ресурсов и выявлении внутренних резервов фирмы;
- в) в рациональной организации производства и создании оптимальной организационно-управленческой структуры;
- г) в адаптации к внешней среде и осуществлении соответствующей кадровой политики.

39. Стратегической целью фирмы, которая создала и предложила принципиально новый товар, являются:

- а) совершенствование технологии и организации с целью сохранения постоянной дистанции между фирмой и конкурентами;
- б) принятия нового решения, что дает возможность иметь значительное преимущество перед конкурентами;
- в) расширение границ полного использования полученных преимуществ;
- г) все перечисленное.

40. Увеличилось количество конкурентов на рынке транспортных услуг. У вас хорошее финансовое положение, высокий имидж. Ваш метод борьбы с конкурентами — это:

- а) прямая ценовая конкуренция;
- б) скрытая конкуренция;
- в) неценовая конкуренция;
- г) переход на другой рынок.

### **Критерии оценивания тестовых заданий**

Количество тестовых заданий зависит от объема материала.

Тест оценивается по следующим критериям:

- оценка «5» (отлично) ставится за 90-100% правильных ответов;
- оценка «4» (хорошо) ставится за 75-89% правильных ответов;
- оценка «3» (удовлетворительно) ставится за 60-74% правильных ответов;
- оценка «2» (неудовлетворительно) ставится при наличии менее 60% правильных ответов или при отказе обучающегося пройти тестовый контроль.

### **8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности**

Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организаций» применяется балльная система оценки студента.

Семестровый зачет проводится по результатам текущего контроля в обязательном присутствии студентов.

Максимальное число баллов за семестр – 100. Максимальное число баллов по результатам текущей работы в семестре – 80. Максимальное число баллов на зачете – 20.

В случае набора студентом по результатам текущей работы в семестре от 60 до 80 баллов, зачет выставляется автоматически. Однако если студент желает повысить свой балл, то он сдает зачет.

Минимальное число баллов за текущую работу в семестре – 40. Студент набравший в семестре менее 40 баллов может заработать необходимые баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины или выполнив обязательные задания, для того чтобы быть допущенным до зачета.

Студент, набравший за текущую работу менее 40 баллов, как не выполнивший всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до зачета, однако ему дополнительно задаются вопросы по разделам, выносимым на зачет, а также предлагается дополнительно к выполнению две ситуационные задачи, что позволит определить сформированность компетенций и получить дополнительные баллы.

Для получения оценки «зачтено» суммарное количество баллов студента по результатам работы в семестре и на зачете, должна быть не менее 60 баллов.

#### Структура балльной оценки:

качество подготовки к семинарскому занятию (правильность изложения при ответе на устные вопросы, наличие выполненных практических аудиторных и домашних заданий, задач и т.д.), корректность и вежливость при ответе на вопрос, а также в ходе дискуссии между студентами при обсуждении темы семинарского занятия, общая активность в течение семестра, нестандартность ответа на семинарском занятии – от 0 до 5 баллов за одно семинарское занятие, но не более 45 баллов за семестр.

выступление с докладом – от 0 до 5 баллов за доклад.

зачет – 20 баллов (оценивается в баллах от 0 до 20).

### **Вопросы к зачету**

1. Конкуренция: сущность, виды и значение
2. Понятие и критерии конкурентоспособности
3. Методы конкурентной борьбы
4. Конкурентное законодательство Украины
5. Суть и классификация ценностей
6. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов
7. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов
8. Управление конкурентоспособностью
9. Основные направления и подходы к оценке конкурентоспособности
10. Конкурентные преимущества и ключевые факторы успеха
11. Дать определение понятия «конкуренция».
12. Дать определение понятия «конкурентоспособность предприятия».
13. Раскрыть основные характеристики понятия «конкурентоспособность».
14. Сравнить функциональную, видовую и между фирменную конкуренцию.
15. Охарактеризовать методы ценовой и неценовой конкуренции. В каких случаях целесообразно использовать ценовые методы ведения конкурентной борьбы?

16. Что такое ценность? По каким признакам осуществляется классификация ценностей?

17. Что такое конкурентное преимущество? Раскройте логическая схема реализации конкурентных преимуществ организации.

18. Раскройте схему превращения конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособность организации.

19. Охарактеризуйте пути достижения конкурентных преимуществ.

20. Раскройте факторы, определяющие качество системы управления организацией.

21. В чем суть концепции конкурентных преимуществ М. Портера? В чем недостатки данной концепции?

22. Дайте определение понятию «управление конкурентоспособностью».

23. Раскройте сущность понятия «ключевые факторы успеха», охарактеризуйте их типы.

24. Охарактеризуйте уровни конкурентоспособности предприятий.

25. Предоставьте основные направления оценки конкурентоспособности.

26. Раскройте сущность основных этапов анализа конкурентов.

27. Конкурентная среда предприятия, оценка его факторов

28. Оценка рыночной доли фирмы и интенсивности конкуренции

29. Конкурентные силы, оценка их влияния

30. Комплексный подход к повышению качества и конкурентоспособности продукции

31. Общая схема оценки конкурентоспособности

32. Выбор базы сравнения для оценки конкурентоспособности

33. Методы оценки конкурентоспособности товара

34. Особенности оценки конкурентоспособности персонала

35. Системный анализ в методике оценки конкурентоспособности организации

36. Модель процесса диагностики конкурентоспособности

37. Управление конкурентным риском

38. Дайте определение конкурентной среде предприятия.

39. Охарактеризуйте конкурентные силы.

40. В чем заключается конкурентная сила потребителей?

41. Из каких элементов состоит система мониторинга факторов конкурентной среды?

42. Какие показатели используются для оценки интенсивности конкуренции на рынке?

43. Как рассчитывается доли рынка по объему?

44. На каких стадиях жизненного цикла объекта рассматриваются параметры стратегической и тактической конкурентоспособности товара?

45. Раскройте принципы оценки конкурентоспособности объектов.

46. Почему сложные методы расчета (прогнозирования) конкурентоспособности?

47. Какие требования предъявляются к исходной информации для оценки конкурентоспособности?

48. Из каких элементов складывается технология оценки конкурентоспособности?

49. Раскройте сущность нормирования.

50. Чем отличается норматив от нормы?

51. Перечислите аргументы в пользу повышения качества нормативов.

Какие факторы определяют качество нормативов конкурентоспособности?

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении курса. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы курса; изучить и законспектировать соответствующие разделы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно

ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников. При самостоятельном изучении курса необходимо особое внимание обращать на такой основной аспект, коммуникации всегда сопровождают руководителя во время его профессиональной деятельности. Как формы контроля знаний студентов по тем курса изучаемых есть ответы на вопросы, которые предлагаются на практических занятиях.

#### ***Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции***

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

#### ***Методические рекомендации к семинарским занятиям***

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

***Рекомендации по работе с литературой.*** Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

### **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

При изучении дисциплины необходимы лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием имеющемся в ГОУ ВПО ДонАУиГС.

### **11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)**

#### **Оформление сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины**

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере университета.

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;

– разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.  
Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

**СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
НА 20\_\_\_/20\_\_\_ УЧЕБНЫЙ ГОД**

«Управление конкурентоспособностью малого бизнеса»

---

38.03.02 «Менеджмент»

---

«Управление малым бизнесом»

<b>ДОПОЛНЕНО</b> (с указанием раздела РПУД)	
<b>ИЗМЕНЕНО</b> (с указанием раздела РПУД)	
<b>УДАЛЕНО</b> (с указанием раздела РПУД)	
Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата	