

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВА-
ТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

**Факультет Торгово-технологический
Кафедра Товароведение, туризм и право**

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
доцент Т.Х. Тлупов



«27» мая 2025г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.02.02 Конкурентная политика коммерческих
организаций**

Направление подготовки - **38.04.06 Торговое дело**

Направленность (профиль) программы - **Коммерческая деятельность на
рынке товаров и услуг**

Квалификация выпускника - **магистр**

Курс обучения **2 (2)**

Семестр **3 (4)**

Форма обучения **очная (заочная)**

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Конкурентная политика коммерческих организаций» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 982 (далее – ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Составитель рабочей программы

д.э.н., профессор  И.Ш. Дзахмишева

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Товароведение, туризм и право»

Протокол от «22» мая 2025 г. № 10

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент  Е.А. Яицкая

Одобрено методической комиссией факультета «Торгово-технологический»

Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК факультета «Торгово-технологический»

к.б.н., доцент  Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование системы знаний у студентов, связанной с управлением конкурентоспособностью отдельных коммерческих организаций и их товаров на современных мировых рынках, выбором основных методов и инструментов обеспечения конкурентных преимуществ в системе современных мировых экономических отношений, необходимых в профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 38.04.06 - Торговое дело.

Задачи дисциплины заключаются:

- в рассмотрении ключевых составляющих конкурентной политики коммерческих организаций;
- в знакомстве со спецификой формирования и управления конкурентоспособностью;
- в анализе методологических аспектов функционирования монопольных и конкурентных рынков;
- в уточнении методических вопросов конкурентного анализа.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Коды компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения
ПК-4	Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаровой)	ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов	Знать: процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. Уметь: анализировать конъюнктуру рынка. Владеть: навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов.
		ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	Знать: методы анализа предприятия. Уметь: анализировать деятельность предприятия. Владеть: навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности
ПК-5	Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИД-1 _{ПК-5} Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Знать: теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий. Уметь: анализировать конъюнктуру рынка Владеть: навыками научного исследования конъюнктуры рынка

			юнктуры рынка и бизнес технологий
		ИД-2пк-5 Прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Знать: современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка Уметь: проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий Владеть: навыками исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Конкурентная политика коммерческих организаций» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в часах выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и на самостоятельную работу

Учебные занятия	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	
	Семестр 3		Семестр 4	
	з.е.	час.	з.е.	час.
Контактная работа, в том числе:	1,03	37(8)*	0,39	14(4)*
лекции		16(4)*		6(2)*
практические занятия		16(4)*		6(2)*
групповые консультации		1		1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия		3		-
промежуточная аттестация: зачет		1		1
Самостоятельная работа в том числе:	1,97	71	2,61	94
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям и т.п.		66		89
Контроль (подготовка к промежуточной аттестации)		5		5
Общая трудоемкость з. е./час.	3	108	3	108

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1. Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

№ пп	Наименование темы дисциплины (название модуля)	Аудиторные занятия		Самост. работа
		Лекции	Практ. работы	Самост. изучение отд. тем

1	Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия	2	2	8
2	Виды и формы конкуренции.	2	2	8
3	Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций	2(2*)	2(2*)	8
4	Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	2(2*)	2(2*)	8
5	Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	2	2	8
6	Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	2	2	8
7	Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций	2	2	8
8	Конкурентная политика коммерческих организаций	2	2	10
Итого по дисциплине		16(4)*	16(4)*	66

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.2. Содержания дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

№ пп	Наименование темы дисциплины (название модуля)	Аудиторные занятия		Самост. работа
		Лекции	Практ. работы	Самост. изучение отд. тем
1	Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия	2	0	9
2	Виды и формы конкуренции.	0	0	10
3	Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций	2	0	10
4	Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	2(2)*	2(2)*	12
5	Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	0	2	12
6	Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	0	2	12
7	Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций	0	0	12
8	Конкурентная политика коммерческих организаций	0	0	12
Итого по дисциплине		6(2)*	6(2)*	89

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

4.3.1. Лекции

№ п/п	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость, час.	
		очно	заочно
1	Лекция №1 Тема «Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия» Сущность и содержание понятий «соперничество» и «конкуренция», «конкурентоспособность товаров» и «конкурентоспособность организаций»	2	2
2	Лекция №2. Тема «Виды и формы конкуренции». Понятия рынок, структура рынка. Типы рыночных структур: совершенная (чистая); несовершенную. Типы рынков: чистой конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.	2	0
3	Лекция №3. Тема «Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций». Принципы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций.	2(2*)	2
4	Лекция №4. Тема «Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций». Специфические способности и ресурсы предприятия. Степень удовлетворения специфических потребностей клиента. Уникальность собственной марки.	2(2*)	2(2)*
5	Лекция №5. Тема «Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций». Метод парного сопоставления. Метод оценки по объему продаж. Многокритериальный метод. Метод многомерного шкалирования. Метод параметрической оценки	2	0
6	Лекция №6. Тема «Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций». Матричный метод Расчетные методы: Дифференциальный метод. Интегральный метод Комплексный метод Рейтинговый метод. Комбинированный метод.	2	0
7	Лекция №7. Тема «Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций». Менеджмент как направление обеспечения конкурентных преимуществ коммерческих организаций. Качество - основа конкурентоспособности продукта. Формирование спроса и стимулирование продаж товаров.	2	0

8	Лекция №8. Тема «Конкурентная политика коммерческих организаций». Сущность и содержание экономической политики. Понятие, цели и задачи конкурентной политики, ее место в стратегиях социально-экономического развития. Методы конкурентной политики. Развитие конкурентной политики коммерческих организаций	2	0
Итого		16(4)*	6(2)*

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.3.2. Практические работы

№ п/ п	Наименование темы дисциплины (название модуля)	Номер и тема практических занятий	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1	Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия	Практическая работа №1 Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия	2	0
2	Виды и формы конкуренции	Практическая работа №2. Виды и формы конкуренции Решение ситуационных задач.	2	0
3	Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций	Практическая работа №3. Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций Решение ситуационных задач.	2(2*)	0
4	Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	Практическая работа №4. Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций Решение ситуационных задач.	2(2*)	2(2)*
5	Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	Практическая работа №5. Оценка конкурентных преимуществ организаций методом парного сопоставления Решение ситуационных задач.	2	2
6	Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	Практическая работа №6. Оценка конкурентных преимуществ коммерческих организаций дифференциальным методом. Решение ситуационных задач.	2	2
7	Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций	Практическая работа №7. Повышение конкурентных преимуществ на основе повышения уровня качества товаров. Решение ситуационных задач.	2	0

8	Конкурентная политика коммерческих организаций	Практическая работа №8. Конкурентная политика коммерческих организаций. Решение ситуационных задач.	2	0
Итого			16(4)*	6(2)*

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Конкурентная политика коммерческих организаций» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) формам обучения соответственно 71 (94) часа, из них 66 (489) часа выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов. При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к выполнению практических работ, к опросу, тестированию, к контрольным балльно-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, выполнения практических работ, во время проведения балльно-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5 ч. по очной форме и 5 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачету. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№ раз-делов	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения	Форма самостоятельной работы и контроля
1.	Тема 1. Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия. Соперничество. Конкуренция. Конкурентоспособность в сфере туризма.	8(9)	[1] *; [2] *; [3] *	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
2.	Тема 2. Виды и формы конкуренции. Понятия рынок, структура рынка. Типы рыночных структур: совершенная (чистая); несовершенную.	8(10)	[1] *; [2] *; [3] *	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче

	Типы рынков: чистой конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.			зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
3.	Тема 3. Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций. Принципы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций.	8(10)	[2] *; [3] *	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
4.	Тема 4. Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций. Специфические способности и ресурсы коммерческих организаций Степень удовлетворения специфических потребностей клиента. Уникальность собственной марки	8(12)	[1] *	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
5.	Тема 5. Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций. Метод парного сопоставления. Метод оценки по объему продаж. Многокритериальный метод. Метод многомерного шкалирования. Метод параметрической оценки	8(12)	[1] *; [3] *	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
6.	Тема 6. Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций. Матричный метод Расчетные методы: Дифференциальный метод. Интегральный метод Комплексный метод Рейтинговый метод. Комбинированный метод.	8(12)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
7.	Тема 7. Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций. Менеджмент как направление обеспечения конкурентных преимуществ организаций в сфере ту-	8(12)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета

	ризма коммерческих организаций. Качество - основа конкурентоспособности товаров. Формирование спроса и стимулирование продаж товаров.			Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
8.	Тема 8. Конкурентная политика коммерческих организаций. Сущность и содержание экономической политики. Понятие, цели и задачи конкурентной политики, ее место в стратегиях социально-экономического развития. Методы конкурентной политики. Развитие конкурентной политики коммерческих организаций	10(12)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
Итого		66(89)		
Подготовка к промежуточной аттестации		5(5)	[1]; [2]; [3] * Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к промежуточной аттестации. Ответ во время зачета
Всего		71(96)		

* Перечень учебно-методического обеспечения приведен в разделе 8.

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1	Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия	ПК-4; ПК-5	1-ый рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Виды и формы конкуренции.		
	Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций		
2	Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций	ПК-4; ПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций		
	Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций		

	ских организаций		
3	Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций	ПК-4; ПК-5	3-ий рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Конкурентная политика коммерческих организаций		

6.2. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения профессиональных компетенций по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия, согласно календарного учебного графика. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за выполнение и успешную защиту практических работ, за активное участие на практических занятиях);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (тестовые задания и коллоквиум);

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули, из которых формируется два блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов, из которых на долю текущего контроля приходится 10 баллов, а остальные 10 баллов студент может получить по результатам промежуточного контроля.

Критериями оценки сформированности компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этих критериев, при разработке шкал оценивания руководствуемся следующим:

15-20 баллов – студент получает при **высоком** уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

10-14 баллов – студент получает при **среднем** уровне овладения компетенциями и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – студент получает при **пороговом** уровне овладения компетенциями и частично с пробелом освоении знаний, умений и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Рабочей программой дисциплины «Конкурентная политика коммерческих организаций» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

ПК-5 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов.

В процессе освоения образовательной программы компетенций ПК-4, ПК-5 формируются при изучении дисциплин, прохождения практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Торговое дело»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПК-4	Б1.О.08 Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	2
	Б1.В.03 Инвестиции на рынке товаров и услуг	2
	Б1.В.04 Региональные особенности коммерческой деятельности	2
	Б1.В.08 Международный бизнес	3
	Б1.В.ДВ.02.01 Планирование и прогнозирование в условиях рынка	3
	Б1.В.ДВ.02.02 Конкурентная политика коммерческих организаций	3
	Б1.В.ДВ.03.01 Оценка бизнеса	3
	Б1.В.ДВ.03.02 Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса	3
	Б2.О.03(Н) Производственная практика, научно-исследовательская работа	4
	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4
ПК-5	Б1.О.08 Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	2
	Б1.В.ДВ.02.02 Конкурентная политика коммерческих организаций	3
	Б1.В.ДВ.03.01 Оценка бизнеса	3
	Б2.О.03(Н) Производственная практика, научно-исследовательская работа	4
	Б2.О.05(Пд) Производственная практика, преддипломная	4
	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4

* Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин и прохождения практик.

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

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Промежуточная аттестация - зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от семестрового экзамена (получить его «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;

если студент набрал по итогам текущего рейтинга **49** и более баллов, то он получает зачет «автоматом»

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр, составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов. Каждая контрольная точка, (согласно календарного учебного графика в семестре их 3), оценивается в 20 баллов, из которых 10 приходится на текущий контроль, 10 баллов на промежуточный. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (зачет).

Индикаторы достижения компетенции*

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
ИД-1 _{ПК-4} Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов (3 этап)	Знать: процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия	Не знает процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия	Частично знает процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия	Фрагментарно знает процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия	В полной мере знает процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия
	Уметь: анализировать конъюнктуру рынка	Не умеет анализировать конъюнктуру рынка	Частично умеет анализировать конъюнктуру рынка	Фрагментарно умеет анализировать конъюнктуру рынка	В полной мере умеет анализировать конъюнктуру рынка
	Владеть: навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов	Не владеет навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов	Частично владеет навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов	Фрагментарно знает владеет навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов	На высоком уровне владеет навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов
ИД-2 _{ПК-4} Применять методы анализа предприятия, внешней	Знать: методы анализа предприятия	Не знает методы анализа предприятия	Частично знает методы анализа предприятия	Фрагментарно знает методы анализа предприятия	В полной мере знает методы анализа предприятия
	Уметь: анализировать деятельность предприятия	Не умеет анализировать деятельность предприятия	Частично умеет анализировать деятельность предприятия	Фрагментарно умеет анализировать деятельность предприятия	В полной мере умеет анализировать деятельность предприятия

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности (3й этап)	Владеть: навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	Не владеет навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	Частично владеет навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	Фрагментарно знает владеет навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	На высоком уровне владеет навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности
ИД-1 _{ПК-5} Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий (3 этап)	Знать: теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Не знает теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Частично знает теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Фрагментарно знает теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий	В полной мере знает теоретические и методологические основы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий
	Уметь: анализировать конъюнктуру рынка	Не умеет анализировать конъюнктуру рынка	Частично умеет анализировать конъюнктуру рынка	Фрагментарно умеет анализировать конъюнктуру рынка	В полной мере умеет анализировать конъюнктуру рынка
	Владеть: навыками научного исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Не владеет навыками научного исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Частично владеет навыками научного исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Фрагментарно знает владеет навыками научного исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий	На высоком уровне владеет навыками научного исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий
ИД-2 _{ПК-5} Прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий (3 этап)	Знать: современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка	Не знает современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка	Частично знает современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка	Фрагментарно знает современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка	В полной мере знает современные научные методы исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка
	Уметь: проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Не умеет проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Частично умеет проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	Фрагментарно умеет проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий	В полной мере умеет проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий
	Владеть: навыками исследования, прогнозирования, мо-	Не владеет навыками исследования, прогнозиро-	Частично владеет навыками исследования,	Фрагментарно знает владеет навыками ис-	На высоком уровне владеет навыками ис-

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	делирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	вания, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	следования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	следования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов

*На этапе освоения дисциплины

Для допуска к зачету, студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то студент не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

Для допуска к зачету студенту необходимо восстановить пробелы, как по текущему, так и по промежуточному контролю. На зачете студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** баллов.

Если по итогам рейтинга студент набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче зачета и остальные **20-40** баллов он получает на зачете.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень (зачтено)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень (зачтено)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень (зачтено)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень (не зачтено)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения индикаторов достижения компетенции ИД-1пк-4, ИД-2пк-4, ИД-1пк-5, ИД-2пк-5 в процессе освоения ОПОП

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Лекция 1: Конкуренция, соперничество и конкурентоспособность коммерческих организаций: основные понятия

1) Что такое «соперничество»?

А. Независимое, параллельное движение к единой цели.

В. Соревнование, состязательность, демонстративность, умение показать себя и желание — это делать.

С. Завоевание всеобщей признательности и уважения и осуществляется под пристальными взглядами и взорами большинства как участников, так и наблюдателей.

2) Что такое «соревнование»?

А. Завоевание всеобщей признательности и уважения и осуществляется под пристальными взглядами и взорами большинства как участников, так и наблюдателей.

В. Соревнование, состязательность, демонстративность, умение показать себя и желание — это делать.

С. Независимое, параллельное движение к единой цели.

3) Что такое «состязательность»?

А. Завоевание всеобщей признательности и уважения и осуществляется под пристальными взглядами и взорами большинства как участников, так и наблюдателей.

В. Соревнование, состязательность, демонстративность, умение показать себя и желание — это делать.

С. Борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы.

4) Что такое «конкуренция»?

А. Независимое, параллельное движение к единой цели.

В. Борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы.

С. Соревнование, состязательность, демонстративность, умение показать себя и желание — это делать.

5) По степени интенсивности конкуренция может быть:

А. Умеренной, когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка;

В. Ожесточенной, когда субъект поглощает, уничтожает или вытесняет объект из данного сегмента.

С. Оба ответа верны

6) По форме конкуренция может быть:

А. Функциональная – конкуренция между товарами–заменителями.

В. Предметная – конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными субъектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность

С. Оба ответа верны

7) Что такое «функциональная конкуренция»?

А. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по оформлению

В. Это конкуренция, которая базируется на том, что одну и ту же потребность потребителя можно удовлетворить по-разному

С. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по качеству изделия и по притягательности марки

8) Что такое «видовая конкуренция»?

А. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по качеству изделия и по притягательности марки

В. Это конкуренция, которая базируется на том, что одну и ту же потребность потребителя можно удовлетворить по-разному

С. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по оформлению

9) Что такое «предметная конкуренция»?

- А. Это конкуренция, которая базируется на том, что одну и ту же потребность потребителя можно удовлетворить по-разному
 - В. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по качеству изделия и по притягательности марки
 - С. Это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по оформлению
- 10) Что из перечисленного является целью соперничества?
- А. Превзойти трудовые результаты соперников, для экономики в целом – добиться роста производительности труда и обеспечение конкурентоспособности
 - В. Ослабление экономики противника
 - С. Получение максимальной экономической выгоды

Лекция 2: Виды и формы конкуренции

1) Что такое рынок?

- А. Сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых, информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса
- В. Организованная структура, в которой существуют производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей (спросом называется количество товара, которое потребители могут купить по определенной цене) и предложения производителей (предложение - это количество товара, которое производители продают по определенной цене) устанавливаются и цены товаров, и объемы продаж
- С. Оба ответа верны

2) Что такое структура рынка?

- А. Характеристика рынка с точки зрения воздействия как рынка на положение и поведение отдельных товаропроизводителей, так и отдельных предприятий на состояние рынка.
- В. Самая простая и важная классификация отражает степень влияния отдельного продавца (покупателя) на рыночную цену
- С. Оба ответа верны

3) Что такое классификация типов рыночных структур?

- А. Характеристика рынка с точки зрения воздействия как рынка на положение и поведение отдельных товаропроизводителей, так и отдельных предприятий на состояние рынка.
- В. Самая простая и важная классификация отражает степень влияния отдельного продавца (покупателя) на рыночную цену
- С. Оба ответа верны

4) Что такое совершенная конкуренция?

- А. Когда ни один из производителей не способен повлиять на изменение рыночной цены;
- В. Когда это условие не соблюдается и фирма (или группа фирм) обладает в той или иной степени рыночной (монопольной) властью.
- С. Нет верного ответа

5) Что такое несовершенная конкуренция?

- А. Когда ни один из производителей не способен повлиять на изменение рыночной цены;
- В. Когда это условие не соблюдается и фирма (или группа фирм) обладает в той или иной степени рыночной (монопольной) властью.
- С. Нет верного ответа

6) Несовершенно конкурентным рынком принято считать:

- А. Монополию
- В. Олигополию
- С. Оба ответа верны

7) Несовершенно конкурентным рынком принято считать:

- А. Олигополию

- В. Монополистическую конкуренцию
- С. Оба ответа верны
- 8) Совершенная конкуренция характеризуется:
 - А. Неоднородностью продукции
 - В. Однородностью продукции
 - С. Несколько ограниченным доступом к информации.
- 9) Монополистическая конкуренция характеризуется:
 - А. Множеством мелких фирм.
 - В. Небольшим числом крупных фирм
 - С. Одной фирмой
- 10) Олигополия характеризуется:
 - А. Множеством мелких фирм.
 - В. Небольшим числом крупных фирм
 - С. Одной фирмой

Лекция 3: Принципы и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества коммерческих организаций

Что из перечисленного характеризует принцип комплексности?

- А. При оценке конкурентоспособности должна учитываться совокупность критериев, определяющих особенности товаров-конкурентов и организаций.
- В. Определяется степенью удовлетворения с помощью товаров конкурентов потребностей конкретных социально ориентированных сегментов потребителей.
- С. Определяется степенью удовлетворения потребителей с помощью товаров с высокой потребительской ценностью, при котором другие характеристики товаров теряют свои свойства.

1) Что из перечисленного характеризует принцип социальной адресности?

- А. При оценке конкурентоспособности должна учитываться совокупность критериев, определяющих особенности товаров-конкурентов и организаций.
- В. Определяется степенью удовлетворения с помощью товаров конкурентов потребностей конкретных социально ориентированных сегментов потребителей.
- С. Определяется степенью удовлетворения потребителей с помощью товаров с высокой потребительской ценностью, при котором другие характеристики товаров теряют свои свойства.

2) Что из перечисленного характеризует принцип компенсации?

- А. При оценке конкурентоспособности должна учитываться совокупность критериев, определяющих особенности товаров-конкурентов и организаций.
- В. Определяется степенью удовлетворения с помощью товаров конкурентов потребностей конкретных социально ориентированных сегментов потребителей.
- С. Определяется степенью удовлетворения потребителей с помощью товаров с высокой потребительской ценностью, при котором другие характеристики товаров теряют свои свойства.

3) О каком определении идет речь: «разделение рынка на сегменты, различающиеся своими параметрами или реакцией на те или иные виды деятельности на рынке или однородных групп потребителей, имеющих сходные предпочтения и одинаково реагирующих на маркетинговые предложения»:

- А. Монополия
- В. Конкуренция
- С. Сегментация

4) Географическая сегментация – это:

- А. Возраст, пол, размер, жизненный цикл семьи, количество детей
- В. Величина Региона, плотность и численность населения, климатические условия административное деление – город, село, удаленность от предприятия-изготовителя

С. Социальное положение, профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов

5) Демографическая сегментация – это:

А. Возраст, пол, размер, жизненный цикл семьи, количество детей

В. Величина Региона, плотность и численность населения, климатические условия административное деление – город, село, удаленность от предприятия-изготовителя

С. Социальное положение, профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов

6) Социально-экономическая сегментация – это:

А. Возраст, пол, размер, жизненный цикл семьи, количество детей

В. Величина Региона, плотность и численность населения, климатические условия административное деление – город, село, удаленность от предприятия-изготовителя

С. Социальное положение, профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов

7) Психологическая сегментация – это:

А. Возраст, пол, размер, жизненный цикл семьи, количество детей

В. Реакция потребителей на нововведения, мотивы, интересы

С. Социальное положение, профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов

8) Что из перечисленного характеризует фактор времени?

А. Обеспечение конкурентоспособности товаров осуществляется исходя из посылки «сегодняшний рубль дороже завтрашнего»

В. Проявляется не только в улучшении показателей качества, но и в снижении годовой производительности (полезного эффекта) товара и росте затрат на эксплуатацию и ремонт.

С. За счет роста масштаба производства можно снизить себестоимость продукции до 3 раз, повысить качество до 40%, но при этом растут затраты у потребителя продукции

9) Что из перечисленного характеризует фактор качества товаров?

А. Обеспечение конкурентоспособности товаров осуществляется исходя из посылки «сегодняшний рубль дороже завтрашнего»

В. Проявляется не только в улучшении показателей качества, но и в снижении годовой производительности (полезного эффекта) товара и росте затрат на эксплуатацию и ремонт.

С. За счет роста масштаба производства можно снизить себестоимость продукции до 3 раз, повысить качество до 40%, но при этом растут затраты у потребителя продукции

Лекция 4: Критерии оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций

Имидж проявляется через:

А. Торговую марку

В. Бренд

С. Оба ответа верны

1) Что требуется для поддержания высокого имиджа?

А. Эффективная реклама

В. Постоянный контакт со средствами массовой информации

С. Оба ответа верны

2) Что требуется для поддержания высокого имиджа?

А. Эффективная реклама

В. Обеспечение высокого стабильного уровня качества товаров

С. Оба ответа верны

3) Что требуется для поддержания высокого имиджа?

А. Постоянный контакт со средствами массовой информации

В. Обеспечение высокого стабильного уровня качества товаров.

С. Оба ответа верны

Лекция 5: Косвенные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций

1. Какие методы различают в зависимости от номенклатуры критериев?
 - a) Только прямые методы.
 - b) Прямые и косвенные методы.
 - c) Только косвенные методы.
2. Прямые методы - это:
 - a) Методы, основанные на номенклатуре критериев, включающей интегральный показатель качества – отношение качество/ цена.
 - b) Методы, основанные на номенклатуре, включающей только характеристики качества.
 - c) Оба варианта.
3. Косвенные методы - это:
 - a) Методы, основанные на номенклатуре критериев, включающей интегральный показатель качества – отношение качество/ цена.
 - b) Методы, основанные на номенклатуре, включающей только характеристики качества.
 - c) Оба варианта.
4. К косвенным методам относятся:
 - a) Метод парного сопоставления и метод оценки конкурентоспособности товаров по объему продаж.
 - b) Многокритериальный метод, метод многомерного шкалирования и метод параметрической оценки.
 - c) Оба варианта.
5. В чем заключается сущность метода парного сопоставления?
 - a) В парном сравнении по выбранной номенклатуре показателей оцениваемых изделий.
 - b) В косвенном измерении конкурентоспособности по объему продаж.
 - c) В оценке степени близости фактических значений к базовому (нормативному) значению показателей.
6. Сущность метода оценки конкурентоспособности товаров по объёму продаж состоит:
 - a) В косвенном измерении конкурентоспособности по объёму продаж.
 - b) В парном сравнении по выбранной номенклатуре показателей оцениваемых изделий.
 - c) В оценке степени близости фактических значений к базовому (нормативному) значению показателей.
7. В качестве оценочных критериев в методе многократного шкалирования предлагается использовать следующие показатели (атрибуты) качества:
 - a) Назначение продукта и экономное использование материальных, энергетических и людских ресурсов.
 - b) Вторичное использование и послепродажное обслуживание.
 - c) Оба варианта.
8. Метод параметрической оценки основан:
 - a) На оценке степени близости фактических значений к базовому (нормативному) значению этих показателей.
 - b) На парном сравнении по выбранной номенклатуре показателей оцениваемых изделий.
 - c) На косвенном измерении конкурентоспособности по объёму продаж.
9. Единичные параметрические показатели конкурентоспособности товара можно разделить на:
 - a) Семь групп.
 - b) Девять групп.
 - c) Пять групп.

Лекция 6: Расчетные методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций

1. Методы, основанные на нанесении критериев по осям многоугольника или радара с использованием определенного масштаба измерения - это:
 - a) Матричные методы.
 - b) Графические методы.

- с) Расчетные методы.
- 2. Радар конкурентоспособности строится по правилам:
 - а) Круг делится радиальными оценочными шкалами на равные сектора равные числу критериев и по мере удаления от центра круга значение критерия улучшается.
 - б) Шкалы на радиальных прямых градируется так, чтобы все значения критериев лежали внутри оценочного круга и эстетичность и эргономичность определяется экспертным методом по 10 – балльной шкале.
 - с) Оба варианта
- 3. Методы, основанные на использовании совокупности групповых критериев товарных, сбытовых, рыночных, производственных, а также на характеристике признаков по каждому единичному критерию анализируемого товара- это:
 - а) Расчетные методы.
 - б) Графические методы.
 - с) Матричные методы.
- 4. Методы, основанные на расчете средневзвешенного арифметического - это:
 - а) Расчетные методы.
 - б) Графические методы.
 - с) Матричные методы.
- 5. Расчет относительного показателя конкурентоспособности на основе единичных показателей называется:
 - а) Дифференциальный метод.
 - б) Графический метод.
 - с) Матричный метод.
- 6. Дифференциальный метод - это:
 - а) Оценка конкурентоспособности который объединяет эти методы и позволят предварительно оценить конкурентоспособность по отдельным группам показателей.
 - б) Оценка конкурентоспособности основанный на применении комплексных (групповых обобщенных и интегральных) показателей.
 - с) Оценка конкурентоспособности основанный на использовании единичных параметров анализируемой продукции и базы сравнения и их сопоставлении.
- 7. При оценке по нормативным параметрам единичный показатель может принимать значения:
 - а) Только 0.
 - б) 1 или 0.
 - с) Только 1.
- 8. Дифференциальный метод позволяет:
 - а) Констатировать факт конкурентоспособности анализируемой продукции.
 - б) Продавать товар.
 - с) Нет правильного ответа.
- 9. Комплексный метод- это:
 - а) Оценка конкурентоспособности основанный на использовании единичных параметров анализируемой продукции и базы сравнения и их сопоставлении.
 - б) Оценка конкурентоспособности основанный на применении комплексных (групповых обобщенных и интегральных) показателей.
 - с) Оценка конкурентоспособности который объединяет эти методы и позволят предварительно оценить конкурентоспособность по отдельным группам показателей.
- 10. Интегральный метод - это:
 - а) Оценка конкурентоспособности основанный на применении комплексных (групповых обобщенных и интегральных) показателей.
 - б) Оценка конкурентоспособности который объединяет эти методы и позволят предварительно оценить конкурентоспособность по отдельным группам показателей.

с) Оценка конкурентоспособности основанный на использовании единичных параметров анализируемой продукции и базы сравнения и их сопоставлении.

Лекция 7. Пути повышения конкурентных преимуществ коммерческих организаций

1. Наиболее прогрессивным показателем, влияющим на конкурентоспособность товаров является:

- а) Ценообразование.
- б) Повышение уровня качества.
- с) Нет правильного ответа.

2. Как называется конкуренция, при которой более качественный товар предлагается по неизменной цене?

- а) Ценовая.
- б) Не ценовая.
- с) Стабилизирующая.

3. Что является основной функцией процедуры сертификации продукции и услуг?

- а) Повышение качества.
- б) Выявление брака.
- с) Подтверждение качества.

4. Широкое распространение конкуренции под воздействием международного разделения труда и научно-технического прогресса подталкивает производителей к:

- а) Усиленному поиску новых конкурентоспособных товаров и новых рынков их сбыта.
- б) Поиску конкурентно способных товаров.
- с) Нет правильного ответа.

Лекция 8. Конкурентная политика коммерческих организаций.

1. Совокупность принципиально важных шагов хозяйственной стратегии, представляющих собой концентрированное выражение интересов предприятия в повышении эффективности его деятельности, решении кардинальных проблем жизнедеятельности, конкурентоспособности, дальнейшего развития - это:

- а) Экономическая политика.
- б) Экономическая политика предприятия.
- с) Экономика предприятия.

2. Чем характеризуется хозяйственная практика?

- а) Динамичностью.
- б) Многогранностью.
- с) Все ответы верны.

3. Экономическая политика как категория, часто рассматривается на:

- а) Государственном уровне.
- б) Региональном уровне.
- с) Все ответы верны.

4. Система базовых положений (элементов), обусловленных интересами определенных категорий индивидуумов или их групп и определяющих особенности деятельности, поведения предпринимательской структуры; влияющих на состав и характеристики элементов внутренней среды предпринимательской структуры и ее взаимодействие с экономическими агентами внутренней и внешней среды - это:

- а) Экономическое предприятие.
- б) Экономическая политика предприятия.
- с) Экономическая политика.

5. Базовыми положениями экономической политики предпринимательских структур, по нашему мнению и с учетом понятия сущности категория «политика» вообще, которого придерживаются многие авторы, следует считать:

- а) Принципы деятельности, поведения, взаимодействия с внешней средой и приоритеты, связанные с деятельностью предпринимательских структур.

- б) Целевые установки, определяющие желаемые достижения предпринимательской структуры, ориентацию в окружающей среде и механизм взаимодействия предпринимательской структуры с экономическими агентами из внешней и внутренней среды.
- с) Все ответы верны.
- 6. В соответствии с направленностью влияния экономическая политика предпринимательских структур так же, как и государственная экономическая политика может быть разделена на:
 - а) Внешнюю и внутреннюю.
 - б) Только на внешнюю.
 - с) Только на внутреннюю.
- 7. Составляющие внешней экономической политики отражают:
 - а) Маркетинговую политику.
 - б) Процессы взаимодействия предпринимательской структуры с экономическими агентами из внешней среды, причем, как правило, с теми их структурами, деятельность которых также направлена непосредственно на взаимодействие с данной предпринимательской структурой.
 - с) Финансовую политику.
- 8. Внутреннюю экономическую политику предпринимательской структуры целесообразно разделить на составляющие по признаку функциональных областей:
 - а) На маркетинговую и производственную политику.
 - б) На финансовую и инновационную политику.
 - с) Все ответы верны.
- 9. Маркетинговую политику целесообразно разделить на:
 - а) Политику исследования рынка и ценовую политику
 - б) Сбытовую политику и товарную политику.
 - с) Все ответы верны.
- 10. Производственная политика может быть разделена на:
 - а) Техническую политику.
 - б) Технологическую политику.
 - с) Все ответы верны.

7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям.

1-ый рейтинг контроль

1. Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» организаций в отрасли туризма.
2. Виды и формы конкуренции в отрасли туризма.
3. Принципы, обеспечивающие конкурентные преимущества организаций в сфере туризма.
4. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организаций в сфере туризма.
5. Критерии оценки конкурентных преимуществ организаций в сфере туризма.
6. Потребительские критерии оценки конкурентных отношений организаций и товаров.

2-ой рейтинг контроль

7. Методы оценки конкурентных отношений организаций в отрасли туризма
8. Чистая конкуренция
9. Чистой монополии
10. Монополистической конкуренции
11. Олигополии.
- 12. Функциональная конкуренция**
- 13. Видовая конкуренция.**
- 14. Предметная конкуренция.**
- 15. Ценовая конкуренция.**
16. Специфические способности и ресурсы предприятия
17. Степень удовлетворения специфических потребностей клиента.

18. Уникальность собственной марки
19. Метод парного сопоставления.
20. Метод оценки по объему продаж.
21. Многокритериальный метод.
22. Метод многомерного шкалирования.
23. Метод параметрической оценки.
24. Матричный метод
25. Расчетные методы:
26. Дифференциальный метод.
27. Интегральный метод
28. Комплексный метод
29. Рейтинговый метод.
30. Комбинированный метод.
31. Пути повышения конкурентных преимуществ организаций в отрасли туризма.
32. Менеджмент как направление обеспечения конкурентных преимуществ организаций в сфере туризма.
33. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта.
34. Формирование спроса и стимулирование продаж туристских услуг.

3- ий рейтинг контроль

35. Сущность и содержание экономической политики организаций.
36. Понятие, цели и задачи конкурентной политики организаций, ее место в стратегиях социально-экономического развития.
37. Методы конкурентной политики.

7.3.3. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» организаций в отрасли туризма.
2. Виды и формы конкуренции в отрасли туризма.
3. Принципы, обеспечивающие конкурентные преимущества организаций в сфере туризма.
4. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организаций в сфере туризма.
5. Критерии оценки конкурентных преимуществ организаций в сфере туризма.
6. Потребительские критерии оценки конкурентных отношений организаций и товаров.
7. Методы оценки конкурентных отношений организаций в отрасли туризма
8. Чистая конкуренция,
9. Чистой монополии,
10. Монополистической конкуренции
11. Олигополии.
- 12. Функциональная конкуренция**
- 13. Видовая конкуренция.**
- 14. Предметная конкуренция.**
- 15. Ценовая конкуренция.**
16. Специфические способности и ресурсы предприятия
17. Степень удовлетворения специфических потребностей клиента.
18. Уникальность собственной марки
19. Метод парного сопоставления.
20. Метод оценки по объему продаж.
21. Многокритериальный метод.
22. Метод многомерного шкалирования.
23. Метод параметрической оценки.
24. Матричный метод
25. Расчетные методы:
26. Дифференциальный метод.

27. Интегральный метод
28. Комплексный метод
29. Рейтинговый метод.
30. Комбинированный метод.
31. Пути повышения конкурентных преимуществ организаций в отрасли туризма.
32. Менеджмент как направление обеспечения конкурентных преимуществ организаций в сфере туризма.
33. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта.
34. Формирование спроса и стимулирование продаж туристских услуг.
35. Сущность и содержание экономической политики организаций.
36. Понятие, цели и задачи конкурентной политики организаций, ее место в стратегиях социально-экономического развития.
37. Методы конкурентной политики.

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

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Балльно-рейтинговая система требует чётких правил её проведения, причём эти правила должны быть, хорошо известны обучающимся. Это достигается ознакомлением каждого обучающегося с вышеуказанными положениями.

График проведения рейтинговых контрольных мероприятий и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утверждённых проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки (специальности), которые размещаются на информационных стендах институтов (факультетов) и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность организаций: учебное пособие /. – Минск: Высшая школа, 2012. – 320 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/>
2. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебное пособие / А.Ю.Юданов. – М.: Высшее образование, 2009. – 223с.
3. Булатов А.С. Конкуренция / А.С.Булатов. – М.: Скайнс, 2016.- 140 с. [Электронный ресурс]. <http://biblioclub.ru/>

Дополнительная литература:

4. Юрьева, Т. В. Конкурентная политика организации в условиях кризиса [Текст] : научное издание / Т. В. Юрьева, А. В. Волжанин, Ч. Цин. - М. : "Проспект", 2010. - 144 с.,
5. Джуха, В. М. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие для студ. бакалавриата, агистрантов экон. профиля / В. М. Джуха, А. В. Курицын, И. С. Штапова. - 3-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2014. - 288 с .
6. Х.Л.Боготов «Конкурентная политика коммерческих организаций»: Учебное пособие к самостоятельной работе - Нальчик: КБГАУ, 2015.- 40 с.

Периодические издания, имеющиеся в наличии в библиотеке университета:

Вопросы экономики
Общество и экономика
Проблемы теории и практики управления
Российский экономический журнал
Справочник экономиста
Экономика. Реферативный журнал
Экономист
Экономический анализ: теория и практика

9. Перечень современных профессиональных баз, данных и информационных справочных систем.

- **ЭБС «Издательства Лань»**

Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»

ООО «Издательство Лань».

Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год

<http://e.lanbook.com/>

- **Сетевая электронная библиотека**

ООО «ЭБС ЛАНЬ»

Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный

<http://e.lanbook.com/>

<http://seb.e.lanbook.com/>

- **ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть**

ООО «Директ-Медиа»

Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год

<http://biblioclub.ru>

- **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**

ООО Научная электронная библиотека.

Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год

<http://elibrary.ru>

- **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**

ООО «Эй Ви Ди - Систем»

Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год

- **Гарант**

ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, лабораторных работ), работа на которых обладает определенной спецификой.

На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Для подготовки и выполнения практических работ студенту следует завести отдельную тетрадь. При подготовке к практическим занятиям студенту следует составить краткий ответ (1-2 стр.) на контрольные вопросы к лабораторным работам (см. методические указания к выполнению практических работ по курсу «Конкурентоспособность организа-

ций и товаров»). Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособий, дополнительной литературы, интернет - источников.

Защита практических работ, приходящиеся на каждый промежуточный рубеж оценивается в **10** баллов (за три точки - **30** баллов).

Раздел «Самостоятельная работа» информирует обучающихся, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, об их учебно-методическом обеспечении (учебники, учебные пособия, методические указания, рекомендуемые страницы и т.д.). Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения, представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контролях и при промежуточной аттестации.

Наиболее важным моментом самостоятельной работы является выполнение курсовой работы. Каждый студент очной формы обучения на первых занятиях получает индивидуальное задание по выполнению курсовой работы. Преподаватель на том же занятии знакомит студентов с методическими указаниями по их выполнению и назначает дни консультаций. К каждой теме курсовой работы рекомендуется примерный перечень вопросов, список необходимой литературы. Необходимо изучить литературу, рекомендуемую для выполнения курсовой работы. Чтобы полнее раскрыть тему, студенту следует выявить

дополнительные источники и материалы. При написании курсовой работы необходимо ознакомиться с публикациями по теме, опубликованными в журналах.

Необходимо изложить собственные соображения по существу излагаемых вопросов, внести свои предложения. Общие положения должны быть подкреплены и пояснены конкретными примерами. Излагаемый материал при необходимости следует проиллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами и т.д.

Готовые работы регистрируются на кафедре, после чего они проверяются на правильность выполнения руководителем, который допускает (не допускает) автора к публичной защите.

Студенты заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, ознакомляются с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов, которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе. Они получают задания на курсовую работу и объяснение как пользоваться методическими указаниями по выполнению курсовой работы, которые имеются в наличии в научной библиотеке ФГБОУ ВО Кабардино-Балкарский ГАУ.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Конкурентная политика коммерческих организаций» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается зачетом

11. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.VY3 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020» лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии 26EC-241021-134643-810-2826, договор № 651/A от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
Российская торговля	http://www.rtpress.ru
Экономика и жизнь	http://www.akdi.ru

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п.п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, комплект компьютерной техники (монитор, процессор, клавиатура, мышка, сетевой фильтр), наглядные пособия

2.	Практические занятия	Аудитории для проведения практических занятий	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, комплект компьютерной техники (монитор, процессор, клавиатура, мышка, сетевой фильтр), наглядные пособия
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория (компьютерный класс с выходом в Интернет), для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, компьютеры с выходом в интернет