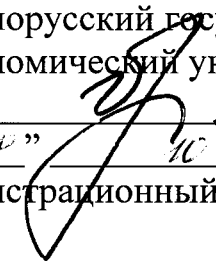


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


_____ В.Н.Шимов
“ 28 ” _____ 20 15 г.
Регистрационный № УД 2104-15 /уч.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

СОСТАВИТЕЛИ:

С.О.Белова, доцент кафедры экономики торговли учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ

Платоненко Е.И., заведующий кафедрой экономической теории и коммерческой деятельности учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», кандидат экономических наук, доцент;

Константинович О.В., начальник отдела бакалейно-кондитерских и других товаров управления потребительского рынка продовольственных товаров Министерства торговли Республики Беларусь.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № №1 от 28.08.2015 г);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 1 от 28.10.2015)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентоспособность организации» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Целью учебной дисциплины «Конкурентоспособность организации» является подготовка студентов к работе в условиях конкурентных рыночных отношений, получение навыков поиска конкурентных преимуществ, оценки уровня конкурентоспособности организаций, разработке эффективной конкурентной стратегии, изучение методологических основ поиска резервов и способов повышения конкурентоспособности организации, обеспечивающих завоевание рынков сбыта, и, как следствие, рост доходов в условиях рыночной экономики.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- изучение содержания конкуренции, ее роли в развитии рыночных субъектов, особенностей проявления на рынках различных товаров и услуг;
- изучение сущности факторов и сил конкуренции, механизма их действия;
- изучение категории «конкурентоспособность», ее видов, составляющих, методологии и методики исследования на разных уровнях проявления;
- основ формирования конкурентной стратегии организации, источников и способов обеспечения конкурентных преимуществ;
- освоение методов оценки конкурентоспособности организации;
- формирование представления взаимосвязей конкурентоспособности организации, товаров, отрасли регионов, национальной экономики;
- изучение методов обеспечения конкурентоспособности организации.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста.

Специалист должен быть способен:

- ПК- 1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.
- ПК- 2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.
- ПК- 3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.
- ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.
- ПК- 5. Владеть современными средствами телекоммуникаций.
- ПК- 6. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК- 7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.
- ПК-8. Анализировать внутренний рынок и закономерности его развития, исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.
- ПК-9. Исследовать и оценивать потребительские предпочтения, уметь их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций.
- ПК-10. Управлять ассортиментом и качеством продукции, товаров и услуг,
- ПК-14. Принимать обоснованные управленческие решения, как стратегические, так и оперативные.
- ПК-15. Количественно и качественно оценивать риски.

- ПК-16. Оценивать перспективность бизнеса, его конкурентоспособность, эффективность.
- ПК-17. Обосновывать решения о выходе на внешние рынки и разрабатывать стратегии эффективного проникновения.
- ПК-20. Формировать эффективную ценовую политику.
- ПК-22. Разрабатывать проекты в рамках профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и участвовать в них.
- ПК-23. Анализировать хозяйственную деятельность организаций.
- ПК-24. Принимать участие в исследованиях, связанных с совершенствованием коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и рынка ресторанных услуг.
- ПК-25. Изучать и анализировать тенденции развития потребительского рынка.
- ПК-26. Использовать экономические законы и закономерности в управлении коммерческой деятельностью.
- ПК-28. Разрабатывать отдельные компоненты стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и рынка ресторанных услуг.
- ПК-29. Использовать комплексный подход при решении проблем коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и рынка ресторанных услуг.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методы исследовательской деятельности в профессиональной сфере;
- основы теории конкуренции;
- сущность факторов, сил конкуренции, источников формирования конкурентных преимуществ;
- методику оценки конкурентоспособности товаров, персонала, организации;
- теоретические аспекты диагностики и методики проведения анализа конкурентной среды организации;
- способы достижения фирмой конкурентных преимуществ на рынке и иерархию пропорций рынка;
- методы оценки интенсивности конкуренции;
- теоретические аспекты обеспечения конкурентоспособности организации.

уметь:

- оценить сильные и слабые стороны организации с целью определения уровня ее конкурентоспособности;
- провести анализ уровня конкуренции на рынке и выбрать базовую конкурентную стратегию;
- определить тип конкурентной ситуации на рынке;
- оценить конкурентоспособность товара, организации, выбрать наиболее эффективную конкурентную стратегию организации;

- оценить конкурентоспособность товара, организации, выбрать наиболее эффективную конкурентную стратегию организации;
- анализировать уровень качества продукции;
- определять направления обеспечения конкурентоспособности организации и изыскивать возможности их вовлечения в хозяйственную деятельность организации.

владеть:

- навыками работы с различными экономическими определениями, показателями и документами;
- навыками расчета показателей оценки конкурентоспособности продукции, товара, персонала, организации, отрасли, региона, страны;
- навыками проведения исследований факторов конкурентоспособности организации;
- навыками разработки эффективной конкурентной стратегии;
- навыками разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Учебная дисциплина «Конкурентоспособность организации» тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Экономика торговли», «Менеджмент торговли», «Коммерческая деятельность», «Инфраструктура товарных рынков» и др.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа рассчитана на 230 часов, из них аудиторных занятий 108 часов. Примерное распределение по видам занятий: лекций – 56 часов; практических занятий – 52 часов.

Рекомендуемые формы текущего контроля – зачет и экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Тема 1. Основы теории конкуренции

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности для современного этапа развития экономики. Цель и задачи дисциплины в условиях формирования конкурентной рыночной среды, структура курса. Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Создание и развитие теории конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию. Новизна теории конкуренции А.Смита. Отличительные черты трактовки понятия конкуренции в определениях различных авторов. Поведенческая, структурная, функциональная трактовки конкуренции. Экономическое содержание конкуренции. Конкуренция как процесс управления. Субъекты и объекты конкурентных отношений. Цели конкуренции. Конкуренция и рыночная структура. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Чистая, совершенная, реальная конкуренция. Функциональная, видовая, предметная конкуренция. Ценовая, неценовая, недобросовестная конкуренция. Уровни конкуренции. Этапы развития рыночной конкуренции и условия, их определяющие. Конкуренция как основное условие конкурентоспособности. Экономические законы рыночных отношений и конкурентоспособности. Закон возвышения потребностей. Закон зависимости между спросом и ценой. Закон зависимости между предложением и ценой. Закон зависимости между предложением и спросом. Закон возрастания дополнительных затрат. Закон убывающей доходности. Закон экономической взаимосвязи затрат в сферах производства и потребления. Закон эффекта масштаба производства. Закон эффекта опыта. Закон экономии времени. Закон конкуренции. Методы государственного регулирования конкурентной среды. Антимонопольное законодательство. Конкуренция на различных типах конкурентного рынка.

Тема 2. Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования

Конкуренция и конкурентоспособность. Конкурентоспособность: сопряженные категории, уровни анализа, показатели. Иерархическая структура конкурентоспособности. Подходы и уровни определения конкурентоспособности. Конкурентоспособность на различных уровнях: микро-, мезо-, макро.

Методические подходы к созданию системы конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Методика. Экономика. Техника. Управление. Конкурентоспособность. Структура системы конкурентоспособности. Окружение. Внутренняя структура. Связь с внешней средой. Содержание макросреды, мезосреды, микросреды субъекта хозяйствования. Факторы макросреды: международные, политические, экономические, правовые, социально-демографические, экологические природно-климатические, культурные, научно-технические.

Факторы мезосреды: рыночная инфраструктура, мониторинг окружающей среды, здравоохранение, наука и образование, культура и спорт, торговля и общественное питание, транспорт и связь, пригородное сельское хозяйство, строительство, промышленность, жилищно-коммунальное хозяйство. Бытовое обслуживание населения. Содержание микросреды организации: поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории, маркетинговые посредники, законодательство.

Тема 3. Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации

Понятие конкурентного преимущества. Взаимосвязь категорий «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество». Преимущества низкого и высокого порядка. Модели М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества, национальный «ромб». Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М. Портеру. «Центральный ринг» конкурентной борьбы. Конкуренция товаров-заменителей. Потенциальная конкуренция. Конкуренция со стороны покупателей. Конкуренция со стороны продавцов. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы.

Объективные и субъективные факторы. Проявление отдельных факторов в различных силах конкуренции.

Современные подходы к формированию конкурентных преимуществ объектов. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ. Сущность и классификация ценностей: по видам, содержанию, источникам происхождения, способу существования, сущности, динамичности и форме проявления, месту проявления, уровню стабильности проявления и масштабу распространения. Цепочка получения от ценности эффекта (прибыли). Классификация конкурентных преимуществ: по отношению к системе, сфере возникновения, содержанию преимущества, средствам получения, месту реализации, продолжительности реализации, виду получаемого эффекта.

Характеристика системы факторов, формирующих конкурентное преимущество, и их практическое использование: национальные конкурентные преимущества, отраслевые, региональные, внутренние ресурсы и процессы организации, персонала, продукции. Наследственные и приобретенные конкурентные преимущества персонала. Внешние факторы конкурентного преимущества организации. Внутренние факторы конкурентного преимущества организации: структурные ресурсные, технические, управленческие рыночные, факторы эффективности функционирования. Внешние и внутренние конкурентные преимущества отрасли, региона, страны. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества объектов.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ

Тема 4. Анализ и оценка конкурентной среды организации и отрасли

Рынок как объект исследования. Сегментация рынка и ее факторы. Конкурентная среда как часть маркетинговой среды организации. Характеристика конкурентной среды организации и ее структура.

Диагностика факторов конкурентной среды. Оценка внешней макро- и микро среды. Конкурентный анализ отрасли. Отраслевые ключевые факторы успеха. Изучение рынка, на котором работает организация, обслуживаемых сегментов рынка, потребителей продукции, конкурентного рыночного потенциала субъектов рынка и поставщиков. Оценка интенсивности конкуренции как важнейшей характеристики уровня активности конкурентной среды.

Итоговая оценка положения организации на рынке, проведение SWOT-анализа. Оценка привлекательности рынка. “Портфельный анализ” (анализ товарного ассортимента) организации как основа выбора конкурентной стратегии: использование матрицы МакКинзи, матрицы «рост/доля рынка» БКГ.

Модель изучения конкурентов. Общеметодологические вопросы конкурентного анализа. Структура анализа деятельности конкурентов. Текущий конкурентный анализ. Диагностика целей и намерений конкурентов. Анализ рыночной доли конкурентов. Изучение методов реализации товарной и ценовой политики конкурентов. Анализ организации сбытовой сети конкурентов. Оценка финансовой стабильности конкурентов. Стратегический конкурентный анализ. Сущность, этапы, методы, информационные источники.

Тема 5. Методические подходы к оценке конкурентоспособности различных объектов

Виды основных рассматриваемых объектов. Жизненные циклы объектов. Уровни конкурентоспособности и их характеристика: конкурентоспособность страны, региона, отрасли, организации, товара. Методические основы оценки конкурентоспособности. Требование конкретности рынка и объекта оценки конкурентоспособности. Классификация основных методов оценки конкурентоспособности. Специфические принципы оценки конкурентоспособности отдельных объектов. Этапы оценки конкурентоспособности объектов.

Конкурентоспособность национальной экономики: сущность, факторы. Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики. Существующие подходы к анализу, международной конкурентоспособности страны и их сравнительный анализ: подход Всемирного Экономического Форума и подход Международного Института развития менеджмента. Тенденции развития международных экономических отношений и их влияние на уровень конкурентоспособности стран и субъектов хозяйствования. Составляющие глобальной конкурентоспособности. Сравнительная страновая конкурентоспособность

Республики Беларусь. Место Беларуси в глобальном рейтинге конкурентоспособности.

Конкурентоспособность региона. Система показателей оценки конкурентоспособности региона. Сводный индекс конкурентоспособности региона. Основные направления повышения конкурентоспособности регионов.

Конкурентоспособность отрасли. Факторы конкурентоспособности отрасли. Критерии, показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли. Обобщающий показатель конкурентоспособности.

Методика оценки конкурентоспособности организации. Классификация методов оценки. Сущность теории эффективной конкуренции как метода оценки конкурентного статуса организации. Основные направления оценки деятельности организации и варианты их выбора. Приемы и методы расчета показателей и их сравнения. Методы определения показателей финансового состояния организации в системе оценки. Оценка конкурентоспособности матричными методами. Необходимость интегральной оценки конкурентного статуса организации. Формирование интегрального показателя экспресс-оценки конкурентоспособности организации. Применение рейтинговых оценок для интегральной оценки конкурентоспособности организации. Этапы и порядок формирования рейтингов. Оценка конкурентоспособности организации матричными методами.

Оценка конкурентоспособности персонала. Экспертный подход к оценке конкурентоспособности персонала.

Конкурентоспособность товаров и услуг. Основные категории, определяющие конкурентоспособность продукции. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: уровень качества и его стабильность, социальная адресность, подлинность, безопасность, потребительская новизна, имидж, информативность цена потребления. Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность продукции. Оценка конкурентоспособности продукции на основе параметрических методов. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. Определение составных компонентов интегрального показателя конкурентоспособности товара. Методика оценки конкурентоспособности однопараметрических машин и оборудования. Методика оценки конкурентоспособности продукции по системе 11111 – 55555. Методика анализа конкурентоспособности продукции (товара, услуги) по многоугольнику и экспертному методу. Экспертная оценка конкурентоспособности продукции (товара, услуги).

РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ УРОВНЯ

Тема 6. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

Системный подход. Характерные черты развития социально-экономических систем. Свойства социально-экономической системы. Логический подход. Принципы диалектической и формальной логики. Воспроизводст-

венно-эволюционный подход. Элементы воспроизводственно-эволюционного подхода. Инновационный подход. Инновационный процесс как объект менеджмента конкурентоспособности товара и организации. Комплексный подход. Технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические и иные аспекты управления и их взаимосвязи. Глобальный подход: соответствие требованиям системности, логичности, комплексности в рамках мирового сообщества. Интеграционный подход. Интеграция между отдельными системами и компонентами; по стадиям жизненного цикла объекта управления; по вертикали; по горизонтали. Виртуальный подход. Отличительные черты виртуальных организаций. Принципы создания и функционирования виртуальных организаций. Стандартизационный подход: цели, основные направления развития мировой и национальной стандартизации. Маркетинговый подход: цели, этапы. Эксклюзивный подход: цели, объекты. Функциональный подход. Предметный подход. Отличия функционального и предметного подходов к развитию структуры организации и продукции. Процессный подход: сущность, взаимосвязь функций управления. Структурный подход: сущность, использование при повышении обоснованности распределения ресурсов. Метод ранжирования. Ситуационный подход: сущность, использование альтернативных вариантов. Нормативный подход. Нормирование. Нормы расхода. Нормативы. Методы разработки норм. Оптимизационный подход. Административный подход: сущность, инструменты реализации. Поведенческий подход: цель, инструменты реализации. Деловой подход. Объективные и субъективные факторы. Определяющие глубину и полноту применения делового подхода.

Тема 7. Основы формирования конкурентной стратегии развития организации

Конкурентное поведение и его типы: креативное, приспособленческое, обеспечивающее. Конкурентная стратегия. Классификация конкурентных стратегий. Корпоративная стратегия. Деловая стратегия. Функциональная стратегия. Операционная стратегия. Факторы, определяющие конкурентную стратегию.

Виды базовых конкурентных стратегий по М. Портеру. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Модификация конкурентных стратегий. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии: виды, основания применения. Конкурентные стратегии М. Треси и Ф.Вирзема. Функциональное превосходство. Тесная связь с потребителем. Лидирующая позиция по товарам.

Современная классификация конкурентных стратегий. Виолентная, патентная, коммутантная, эксплерентная стратегии. Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру. Стратегии лидера рынка. Стратегии претендентов на лидерство. Стратегии последователей. Стратегии нишевиков.

Адаптация стратегий конкуренции к особенностям и динамике рынка. Зависимость принимаемой конкурентной стратегии от силы конкуренции продавцов и покупателей. Особенности и условия применения отдельных стратегий. Зависимость конкурентной стратегии от уровня жизненного цикла отрасли; от формы конкуренции на рынках. Стратегии конкуренции для субъектов хозяйствования с различной степенью доминирования на рынке.

Тема 8. Целеполагание и разработка структуры стратегии повышения конкурентоспособности организации

Формирование целей стратегии повышения конкурентоспособности организации. Направления повышения конкурентоспособности организации для структуризации целей. Постановка целей и разработка дерева целей. Формирование структуры стратегии повышения конкурентоспособности организации. Содержание разделов стратегии. Повышение качества управления, подготовка кадров для реализации стратегии. Совершенствование связей с внешней средой. Внедрение стратегического маркетинга, новых информационных, финансовых и учетных, инновационных, ресурсосберегающих технологий. Повышение организационно-технического уровня производства. Развитие логистики. Развитие тактического маркетинга. Повышение качества товаров и сервиса. Формирование политики ценообразования. Методический подход к оценке качества стратегии повышения конкурентоспособности организации. Использование метода экспертных оценок для оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации. Порядок оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Тема 9 Внешняя среда обеспечения конкурентоспособности организации

Правовое обеспечение, стандартизация и методическое обеспечение, ресурсное обеспечение, информационное обеспечение.

Правовое обеспечение обеспечения конкурентоспособности по направлениям: правовые вопросы функционирования экономики страны; законы и нормативные акты по техническому нормированию и стандартизации, метрологии, оценке соответствия продукции, защите прав потребителей, антимонопольной политике, безопасности, охране труда; охране окружающей среды, ресурсосбережению, безопасности продукции; правовому регулированию образования и функционировании субъектов хозяйствования и проч.

Государственное регулирование конкурентной среды и создание условий для повышения конкурентоспособности организаций. Финансовая политика стимулирования конкуренции. Регулирование экспорта и импорта продукции. Участие государства в производстве и реализации продукции. Государственная стандартизация продукции, технологии. Ценовое регулирование. Естественные монополии. Патентно - лицензионная политика. Направления воздействия политики государства на конкурентоспособность. Практика регулирования конкурентных отношений на отечественном рынке.

Методическое обеспечение: технические регламенты; стандарты различного уровня; методики по различным функциям управления; методические рекомендации различного уровня иерархии; технические условия на продукцию, услуги, процессы и т.п.; положения, инструкции и т. п. Ресурсное обеспечение конкурентоспособности организации: задачи, механизм управления и методы обеспечения. Информационное обеспечение конкурентоспособности организации. Классификация информации, требования, предъявляемые к ней.

Формирование конкурентной среды как условие обеспечения конкурентоспособности. Факторы, влияющие на формирование конкурентной среды региона, отрасли. Факторы формирования конкурентного потенциала региона, отрасли. Система кластеров и ее роль в обеспечении конкурентоспособности. Приоритеты государственного регулирования входных барьеров в отрасли, регионе.

Тема 10. Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации

Методы обеспечения конкурентоспособности организации: технологические, организационно-управленческие, экономические. Функции стратегического и тактического маркетинга в обеспечении конкурентоспособности организации. Выбор стратегии организации. Производственный, инновационный, финансовый, ресурсосберегающий, экологический и антикризисный менеджмент их функции и роль в обеспечении конкурентоспособности организации.

Инновационный потенциал и его влияние на конкурентоспособность организации. Неценовая конкуренция и конкурентоспособность организации. Неценовые факторы сферы обращения в системе повышения конкурентоспособности организации. Цена как фактор конкурентоспособности товаров и организаций. Риск. Управление риском как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности организации.

Качество как экономическая категория и объект управления. Качество как фактор и средство обеспечения конкурентоспособности. Эволюция подходов к менеджменту качества. Методологические основы управления качеством: аспекты качества продукции, контроль качества, значение стандартизации. Системное управление качеством и конкурентоспособностью: японские системы, европейские концепции обеспечения качества, системы TQM, UQM, QM, ISO - 9001. Системы менеджмента качества. Сертификация систем качества: понятия, этапы проведения, международная практика.

Стандартизация и обеспечение конкурентоспособности на основе внедрения системы управления качеством продукции. Внедрение систем рационализации поставок; на основе оптимизации взаимоотношений со сбытовой сетью; на основе инноваций; на основе внедрения систем быстрого обслуживания ; на основе глубокой сегментации ; с учетом ориентации на конкурентов. Тактические мероприятия обеспечения конкурентоспособности организации.

Кадровое обеспечение конкурентоспособности организации. Контроль и регулирование обеспечения конкурентоспособности организации.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСРС*		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Раздел 1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности							
1.	Основы теории конкуренции	4	4					Устный опрос, дискуссия, доклады, тест.
2.	Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования	2	2					Устный опрос, дискуссия.
3.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации	6	4					Устный опрос, дискуссия, доклады, тесты.
	Раздел 2. Содержание и методы оценки конкурентоспособности объектов							
4.	Диагностика, анализ и оценка конкурентной среды организации и отрасли	6	4					Дискуссия, тест, анализ ситуации, решение задач.
5.	Методические подходы оценке конкурентоспособности различных объектов	10	12					Устный опрос, дискуссия, тест, анализ ситуации, выполнение индивидуального задания.
	Итого 5 семестр	28	26				32	

	Раздел 3. Система обеспечения конкурентоспособности организации и повышения ее уровня						
6.	Научные подходы и принципы управления конкурентоспособностью	2	2				Устный опрос, тест.
7.	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	6	4				Устный опрос, дискуссия, доклады, тесты, анализ ситуации.
8.	Формирование целей и структуры стратегии повышения конкурентоспособности организации	4	2				Устный опрос, дискуссия тесты.
9.	Внешняя среда обеспечения конкурентоспособности организации	8	8				Устный опрос, дискуссия, доклады, рефераты.
10	Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации	8	10				Устный опрос, дискуссия, тест, анализ ситуации, выполнение индивидуального задания.
	Итого 6 семестр	28	26				
	Итого	56	52				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Конкурентоспособность организации»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, коллоквиумы, контрольные работы и т.п.);
- работа над выполнением курсовой работы;
- подготовка к зачетам, экзаменам.

Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-часовое аудиторное занятие.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

Устная форма диагностики:

- 1.Собеседования.
- 2.Доклады на семинарских занятиях.
- 3.Доклады на конференциях.
- 4.Устные зачеты.
- 5.Устные экзамены.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

Письменная форма диагностики:

- 1.Тесты.
- 2.Контрольные опросы.

3.Контрольные работы.

4.Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.

5.Рефераты.

6.Отчеты по научно-исследовательской работе.

7.Письменные зачеты.

8.Письменные экзамены.

9.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.

10.Оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная форма диагностики:

1.Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.

2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.

3.Зачеты.

4.Экзамены.

5.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.

6.Оценивание на основе деловой игры.

Нормативные и законодательные акты

1. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 12.12.2013.№ 94-3.

2. Инструкция по выявлению монопольных цен: утв. постановлением Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь № 10 от 28.04.2000 г. (в ред. от 30.12.2004 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2000. № 51.

3. Инструкция по выявлению и пресечению антиконкурентных ценовых соглашений (согласованных действий) о ценах: утв. постановлением Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь № 9 от 28.04.2000 г (в ред. от 30.12.2004 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2000. № 51.

4. Инструкция по определению доминирующего положения хозяйствующих субъектов на товарных рынках Республики Беларусь: утв. постановлением Министерства экономики РБ № 229 от 17.10.2002 г. (в ред. от 23.04.2010 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2002. № 122.

5. Положение о Государственном реестре субъектов естественных монополий и внесении изменений в постановление Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь № 98 от 29.04.2003 г. (в ред. от 30.12.2004 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2003. № 53.

6. Положение о Государственном реестре хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь: утв. постановлением Министерства предпринимательства и инвестиций РБ № 13 от 7.07.2000 г. (в ред. от 23.04.2010 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2000. № 74.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации : учеб. пособие / А.С.Головачев . – Минск: Выш.шк., 2012.-319 с.
2. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И.М. Лифиц . – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009.- 460 с.
3. Немогай, Н.В. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Н.В.Немогай, Н.В.Бонцевич .- Минск: ИВЦ Минфина, 2013.-464 с..
4. Олехнович, Г.И. Конкурентные стратегии: учеб. пособие / Г.И.Олехнович .- Минск: БГЭУ, 2010 .- 262 с.
5. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник/ Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг ДС, 2008. - 432 с.
6. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Портер. – М.: Альпина, 2015. – 453 с.
7. Портер, М. Конкуренция. Пер. с англ. / М.Портер. – М.: Изд.Вильямс, 2010.-592 с.

Дополнительная:

- 8 Баумгартен, Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом, 2009. - № 4 – С.72-85.
9. Валевич, Р.П. Управление качеством товаров и услуг : учеб. пособие / Р.П. Валевич, О.Б. Пароля . – Минск, БГЭУ, 2008 .- 301 с.
10. Волонцевич , Е.Ф. Конкурентоспособность организаций : практикум / Е.Ф.Волонцевич, Г.К. Козлова. Минск : БГЭУ, 2005 . – 83 с.
11. Волонцевич , Е.Ф. Конкурентоспособность фирм : курс лекций / Е.Ф.Волонцевич. Минск : БГЭУ, 2003 . – 93 с.
12. Илышев, А.М.,., Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М.Илышев, Н.Н Илышева, Т.С.Селевич. -- М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010.

13. Квасникова, В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум : учеб. пособие / В.В. Квасникова, О.Н.Жучкевич. – Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2013 .- 184 с.
14. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г.Паничкина. – М.: Омега – Л, 2009. – 328 с.
15. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятий розничной торговли: учеб. пособие / Т.Н. Парамонова. И.Н.Красюк. – М.: КНОРУС, 2008. – 120 с.
16. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации.Конкурентоспособность: учеб. пособие / Т.Г.Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г.Философовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 295 с.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 2015/2016 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.	Отсутствуют	Программа разработана в 2015 году

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли (протокол № 1 от 28.08. 2015 г.)

Заведующий кафедрой
канд.экон.наук, доцент _____ (И.М.Микулич)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд.экон.наук, доцент _____ (С.И.Скриба)

требуется согласование		образования по учебной дисциплине	занием даты и номера протокола) ¹
1.Экономическая стратегия организации	Экономики торговли	Отсутствуют	Протокол № 1 от 28.09.2015
		