

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Документ подписан проставив печать
Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Игнатенко Виталий Иванович
Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Дата подписания: 09.10.2023 15:55:12
Уникальный программный ключ: «Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского»
а49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78 (ЗГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по ОД
_____ Игнатенко В.И.

Управление конкурентоспособностью рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономика, менеджмент и организация производства**

Учебный план 38.03.01_бак-очн_ЭК-2023.plx
Направление подготовки: Экономика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 42
самостоятельная работа 57
часов на контроль 9

Виды контроля в семестрах:
зачеты 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 5 (3.1) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | уп | рп | уп | рп |
| Неделя | 16 | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| Лекции | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Практические | 28 | 28 | 28 | 28 |
| В том числе инт. | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Итого ауд. | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Контактная работа | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Сам. работа | 57 | 57 | 57 | 57 |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

Программу составил(и):

к.э.н. Ю.Ю. Доменко _____

Рабочая программа дисциплины

Управление конкурентоспособностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от г. №

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова ___ _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от ___ _____ 2024 г. № ___
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова ___ _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от ___ _____ 2025 г. № ___
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова ___ _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от ___ _____ 2026 г. № ___
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова ___ _____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от ___ _____ 2027 г. № ___
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | |
|------------------------------------|---|
| 1.1 | - изучить основы формирования конкурентоспособности товаров, работ, услуг организаций и отраслей промышленности; |
| 1.2 | - изучить законы экономических инструментов и механизмов, обеспечивающих управление в создании высококонкурентных товаров, и услуг; |
| 1.3 | - изучить основы государственного управления в области управления конкурентоспособностью на различных уровнях (предприятием, отраслью промышленности, страны); |
| 1.4 | - подготовка к использованию количественных и качественных методов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности; |
| 1.5 | - методов и моделей взаимодействия экономических субъектов в условиях совершенной и не совершенной конкуренции; |
| 1.6 | - основных показателей конкурентоспособности организации, отрасли промышленности, национальной конкурентоспособности; |
| 1.7 | - подготовка к использованию современного инструментария для диагностики деятельности и разработки стратегии управления предприятием; |
| 1.8 | - основные этапы развития управления как науки, современные концепции, и их эволюция, как основа понятия управления; |
| 1.9 | - применение методов оценки конкурентоспособности организации. |
| 1.10 | Задачи дисциплины "Управление конкурентоспособностью": |
| 1.11 | - изучение понятийного аппарата дисциплины, |
| 1.12 | - основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических, профессиональных и прикладных задач; |
| 1.13 | - развить навыки диагностики проблем, оценки бизнес - ситуаций, умения принимать управленческие решения; |
| 1.14 | - ознакомить с основными методами экономического анализа развития и трансформирования отраслей и субъектов на мезоуровне; |
| 1.15 | - ознакомить с существующим состоянием отечественной и зарубежной экономики и проблемами ее развития. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|--|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В |
| 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| 2.1.1 | Учебная (ознакомительная) практика |
| 2.1.2 | Учебная (ознакомительная) практика |
| 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | |
| 2.2.1 | Учебная (ознакомительная) практика |
| 2.2.2 | Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| 2.2.3 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.4 | Производственная (преддипломная) практика |
| 2.2.5 | Учебная (ознакомительная) практика |
| 2.2.6 | Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| 2.2.7 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.8 | Производственная (преддипломная) практика |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|--|--|
| УК-10.9: Способен принимать обоснованные управленческие решения при управлении конкурентоспособностью | |
| Знать: | |
| Уметь: | |
| Владеть: | |
| УК-2.9: Способен определять возможные направления повышения конкурентоспособности предприятия с учетом имеющихся ресурсов ограничений | |
| Знать: | |
| Уметь: | |

Владеть:**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

| | |
|---------------------|--|
| 3.1 Знать: | |
| 3.1.1 | Знать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; |
| 3.1.2 | критерии принятия управленческих решений, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия. |
| 3.2 Уметь: | |
| 3.2.1 | Уметь выявлять и анализировать рыночные и специфические риски в конкурентной среде отрасли; |
| 3.2.2 | анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений. |
| 3.3 Владеть: | |
| 3.3.1 | Владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; |
| 3.3.2 | Владеть навыками разработки конкурентных стратегий. |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Инте ракт. | Примечание |
|-------------|--|----------------|-------|----------------|-------------------------------------|------------|------------|
| | Раздел 1. Теоретические основы конкурентоспособности | | | | | | |
| 1.1 | Тема 1.1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.2 | Тема 1.1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.3 | Тема 1.1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.4 | Тема 1.2. Иерархическая структура конкурентоспособности /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.5 | Тема 1.2. Иерархическая структура конкурентоспособности /Ср/ | 5 | 4 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.6 | Тема 1.3. Формирование и функционирование рынка /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.7 | Тема 1.3. Формирование и функционирование рынка /Пр/ | 5 | 3 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.8 | Тема 1.3. Формирование и функционирование рынка /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.9 | Тема 1.4. Конкурентные рынки и их структура /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.10 | Тема 1.4. Конкурентные рынки и их структура /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.11 | Тема 1.5. Конкурентная среда /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 1.12 | Тема 1.5. Конкурентная среда /Пр/ | 5 | 3 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.13 | Тема 1.5. Конкурентная среда /Ср/ | 5 | 4 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 1.14 | Тема 1.6. Формирование конкурентной среды в регионе /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК-2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |

| | | | | | | | |
|--|--|---|---|--------------------|-------------------------------------|---|--|
| 1.15 | Тема 1.6. Формирование конкурентной среды в регионе /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| Раздел 2. Инструменты управления конкурентоспособностью | | | | | | | |
| 2.1 | Тема 2.1. Маркетинговые исследования /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.2 | Тема 2.1. Маркетинговые исследования /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.3 | Тема 2.1. Маркетинговые исследования /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.4 | Тема 2.2. Сегментация рынка и позиционирование /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.5 | Тема 2.2. Сегментация рынка и позиционирование /Пр/ | 5 | 3 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.6 | Тема 2.2. Сегментация рынка и позиционирование /Ср/ | 5 | 4 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.7 | Тема 2.3. Управление товарным ассортиментом /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.8 | Тема 2.3. Управление товарным ассортиментом /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.9 | Тема 2.3. Управление товарным ассортиментом /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.10 | Тема 2.4. Управление ценообразованием /Пр/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.11 | Тема 2.4. Управление ценообразованием /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.12 | Тема 2.5. Управление продвижением товара /Лек/ | 5 | 2 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.13 | Тема 2.5. Управление продвижением товара /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.14 | Тема 2.5. Управление продвижением товара /Пр/ | 5 | 4 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.15 | Тема 2.6. Управление распределением товара /Пр/ | 5 | 1 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 1 | |
| 2.16 | Тема 2.6. Управление распределением товара /Ср/ | 5 | 5 | УК-10.9 УК -2.9 | Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |
| 2.17 | /Зачёт/ | 5 | 9 | УК-10.9 УК -2.9 | Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 | 0 | |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

5 семестр

Список контрольных вопросов к зачету

1. Перечислите известные вам подходы к определению сущности конкуренции.
2. Перечислите известные вам виды конкуренции.
3. Проведите сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.
4. Обоснуйте научные подходы к управлению конкурентоспособностью.

5. Опишите модель «национального ромба» М. Портера.
6. Проанализируйте стадии формирования конкурентных преимуществ
7. На основе, каких показателей определяется национальная конкурентоспособность?
8. Какие показатели позволяют оценить конкурентоспособность отрасли?
9. Какова роль инноваций в повышении конкурентоспособности отраслей?
10. В чем отличие каждой из четырех стратегий обеспечения конкурентоспособности организации?
11. Каким образом факторы макросреды и микросреды влияют на деятельность организации?
12. Как определить продуктовые границы рынка?
13. Приведите признаки единого географического рынка.
14. Опишите модель конкурентных сил М. Портера.
15. Перечислите и раскройте типы входных барьеров.
16. Перечислите и охарактеризуйте элементы инфраструктуры товарного рынка.
17. Перечислите основные причины возникновения монополий.
18. Каким образом государство регулирует деятельность монополий?
19. Приведите примеры ценовой дискриминации.
20. Раскройте сущность «теории игр».
21. Перечислите виды кооперативного поведения олигополистов.
22. В чем проявляется горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта?
23. Проанализируйте сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».
24. Раскройте сущность стратегического управления.
25. Для чего необходимо осуществлять конкурентную разведку?
26. В чем заключается методика анализа конкурента?
27. Перечислите известные вам виды конкурентных стратегий.
28. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентной среды в регионе?
29. Какие элементы входят в структуру механизма формирования конкурентной среды региона?
30. Какие действия могут быть предприняты по отношению к доминирующим организациям?
31. Каковы цели и принципы регионального маркетинга?
32. Проанализируйте основные составляющие системы обеспечения конкурентоспособности региона?
33. Для чего проводятся маркетинговые исследования?
34. Какова структура процесса маркетингового исследования?
35. Перечислите виды маркетинговых исследований.
36. Каковы особенности работы с количественной информацией?
37. Охарактеризуйте качественные методы сбора информации.
38. Каким образом осуществляется сбор информации при проведении кабинетных маркетинговых исследований?
39. Какие виды вопросов используются при проведении полевых маркетинговых исследований?
40. С какой целью проводится сегментация рынка?
41. Каковы принципы сегментации рынка?
42. Перечислите основные типологии потребителей.
43. Какие методы сегментации рынка используются?
44. Какими критериями руководствуются при выборе рыночного сегмента?
45. Перечислите основные стратегии охвата целевого сегмента.
46. Каким образом осуществляется позиционирование товара?
47. Что представляет собою «товар» в маркетинговом понимании?
48. Какие этапы включает жизненный цикл товара?
49. Каким образом можно продлить жизненный цикл товара?
50. Каким образом и для чего классифицируют товары?
51. Какое значение имеет разработка новых товаров? Перечислите критерии рыночной новизны товара.
52. С помощью, каких инструментов осуществляется управление товаром?
53. Какие требования предъявляются к упаковке товара?
54. Какие виды товарных знаков вам известны?
55. Для чего осуществляется маркировка товара?
56. Что такое марочная продукция?
57. Перечислите функции цены.
58. Как устанавливаются цены?
59. Какова последовательность этапов в процессе разработки стратегии ценообразования?
60. Какие цели могут выдвигать при разработке стратегии ценообразования?
61. Перечислите основные методы ценообразования.
62. Назовите основные виды цен.
63. Назовите роль продвижения и его основные формы.
64. В чем состоит сущность рекламы?
65. Проведите сравнительный анализ основных видов рекламы.
66. Перечислите основные средства стимулирования сбыта.
67. В чем состоит отличие стимулирования сбыта от рекламы?
68. Что относится к методам связей с общественностью?
69. Каковы особенности прямого маркетинга?
70. Перечислите основные виды прямого маркетинга.
71. Какова роль распределительной политики?
72. Каковы основные элементы планирования продаж?

| |
|---|
| 73. Как формируются каналы распределения? 74. Какие функции выполняют участники каналов распределения? 75. Каковы особенности оптовой и розничной торговли? |
|---|

5.2. Темы письменных работ

Учебным планом предусмотрено выполнение самостоятельных и практических работ.

Примерный перечень тем, для самостоятельных и практических работ:

Темы для докладов (сообщений)

Тема 1.6. «Формирование конкурентной среды в регионе»

Тема 2.1. «Маркетинговые исследования»

Темы для семинаров

Тема 1.3. "Формирование и функционирование рынка"

Тема 2.3. «Управление товарным ассортиментом»

составить опорный конспект

Тема 1.2. "Иерархическая структура конкурентоспособности"

Тема 1.4. "Конкурентные рынки и их структура"

Тема 2.4. «Управление ценообразованием»

Тема 2.6. «Управление распределением товара»

5.3. Фонд оценочных средств

Тест по дисциплине пробный вариант (приложение № 1)

ФОС расположен в разделе "Сведения об образовательной организации" подраздел "Образование" официального сайта ЗГУ

<http://polaruniversity.ru/sveden/education/eduop/>

5.4. Перечень видов оценочных средств

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие, размещение | Издательство, год | Колич-во |
|------|---------------------|--|-------------------|----------|
| Л1.1 | Фатхутдинов Р.А. | Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: Учеб. пособие для вузов | М.: ИНФРА-М, 2000 | 5 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие, размещение | Издательство, год | Колич-во |
|------|---------------------|---|-------------------|----------|
| Л2.1 | Юданов А.Ю. | Конкуренция: теория и практика: Учебно-практ. пособие.-2-е изд., испр. и доп. | М.: Тандем, 1998 | 1 |

6.1.3. Методические разработки

| | Авторы, составители | Заглавие, размещение | Издательство, год | Колич-во |
|------|---------------------|--|---------------------|----------|
| Л3.1 | Юданов А.Ю. | Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие | М.: "АКАЛИС", 1996 | 1 |
| Л3.2 | Фатхутдинов Р.А. | Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент | М.: Маркетинг, 2002 | 2 |

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

| | |
|----|--|
| Э1 | Онлайн платформа ЗГУ https://learn.norvuz.ru/ |
| Э2 | Электронная библиотека ЗГУ http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp |
| Э3 | Электронно-библиотечная система Лань https://e.lanbook.com |
| Э4 | Цифровая библиотека IPRsmart https://www.iprbookshop.ru |

6.3.1 Перечень программного обеспечения

| | |
|---------|--|
| 6.3.1.1 | MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) |
|---------|--|

| | |
|--|---|
| 6.3.1.2 | MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем | |
| 6.3.2.1 | Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp) |
| 6.3.2.2 | Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com) |
| 6.3.2.3 | Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru) |
| 6.3.2.4 | Зарубежные электронные ресурсы издательства SpringerNature: |
| 6.3.2.5 | Springer Journals (http://link.springer.com) |
| 6.3.2.6 | Nature Journals (https://www.nature.com/siteindex) |
| 6.3.2.7 | Springer Nature Experiments (https://experiments.springernature.com/) |
| 6.3.2.8 | Springer Materials (http://materials.springer.com/) |
| 6.3.2.9 | zbMATH (http://zbmath.org) |
| 6.3.2.10 | Nano Database (https://nano.nature.com/) |
| 6.3.2.11 | Зарубежный электронный ресурс издательства Elsevier: ScienceDirect (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection eBook collection (https://www.sciencedirect.com/) |
| 6.3.2.12 | Международная реферативная база данных Scopus: Scopus (SciVerse Scopus) (http://www.scopus.com) |
| 6.3.2.13 | |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-----|---|
| 7.1 | Аудитория: 422 – мультимедийный класс (проектор в комплекте Panasonic PT-vx51; экран настенный; 1 компьютер (Intel Pentium(R) G630 2.70GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) (для преподавателя)) |
| 7.2 | Аудитория: 424 – компьютерный, мультимедийный класс (моноблок Acer e Machines EZ1711 – 8 комплектов+ персональный компьютер LG в комплекте (для преподавателя) (Intel Atom D525 1.80GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб); мультимедийный проектор Panasonic; экран с электроприводом настенный; интерактивный экран; проектор Epson EB-485Wi широкоугольный ультракороткоф. интерактивный;)) |
| 7.3 | |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Практические и самостоятельные работы выполняются в соответствии с методическими указаниями к практическим и самостоятельным работам (Приложение №3, № 4).

Примерный перечень вопросов для самостоятельных и практических работ:

Вопросы для докладов (сообщений)

Тема 1.6. «Формирование конкурентной среды в регионе»

1. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентной среды в регионе?
2. Какие элементы входят в структуру механизма формирования конкурентной среды региона?
3. Какие действия могут быть предприняты по отношению к доминирующим организациям?
4. Каковы цели и принципы регионального маркетинга?
5. Проанализируйте основные составляющие системы обеспечения конкурентоспособности региона?

Тема 2.1. «Маркетинговые исследования»

1. Для чего проводятся маркетинговые исследования?
2. Какова структура процесса маркетингового исследования?
3. Перечислите виды маркетинговых исследований.
4. Каковы особенности работы с количественной информацией?
5. Охарактеризуйте качественные методы сбора информации.
6. Каким образом осуществляется сбор информации при проведении кабинетных маркетинговых исследований?
7. Какие виды вопросов используются при проведении полевых маркетинговых исследований?

Вопросы для семинаров

Тема 1.3. Формирование и функционирование рынка

1. Факторы макросреды и микросреды, их влияние на деятельность организации.
2. Продуктовые границы рынка, методы их определения.
3. Признаки единого географического рынка.
4. Модель конкурентных сил М. Портера.
5. Типы входных барьеров и их признаки.
6. Элементы инфраструктуры товарного рынка.
7. Внешняя конкурентная среда предприятия
8. Внутренняя конкурентная среда предприятия
9. Маркетинговая среда организации

Тема 2.3. «Управление товарным ассортиментом»

1. Что представляет собою «товар» в маркетинговом понимании?
2. Какие этапы включает жизненный цикл товара?
3. Каким образом можно продлить жизненный цикл товара?
4. Каким образом и для чего классифицируют товары?
5. Какое значение имеет разработка новых товаров? Перечислите критерии рыночной новизны товара.
6. С помощью каких инструментов осуществляется управление товаром?
7. Какие требования предъявляются к упаковке товара?
8. Какие виды товарных знаков вам известны?
9. Для чего осуществляется маркировка товара?
10. Что такое марочная продукция?

Рассмотрение проблемных ситуаций

1. «Молочные реки» Лианозовского молочного комбината
2. Рынок туристических услуг: состояние и перспективы

Используя основную и дополнительную литературу, а также ресурсы сети Internet, составить опорный конспект по теме, используя в качестве опорного плана нижеперечисленные разделы темы. Представить теоретическую информацию в конспекте в виде схем и таблиц.

Тема 1.4. Конкурентные рынки и их структура

1. Перечислите основные причины возникновения монополий.
2. Каким образом государство регулирует деятельность монополий?
3. Приведите примеры ценовой дискриминации.
4. Раскройте сущность «теории игр».
5. Перечислите виды кооперативного поведения олигополистов.
6. В чем проявляется горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта?
7. Раскройте понятие монополия.
8. Раскройте понятие олигополия.
9. Дайте понятие монополистическая конкуренция.
10. Раскройте понятие совершенная конкуренция.

Тема 2.4. «Управление ценообразованием»

1. Сущность цены и ее функции
2. Процесс установления цены
3. Разработка ценовых стратегий
4. Виды цен

Тема 2.6. «Управление распределением товара»

1. Роль распределения и планирование продаж
2. Формирование каналов распределения
3. Участники каналов распределения
4. Особенности розничной торговли
5. Оптовая торговля и ее значение