

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.09.2023 15:32:19
Уникальный программный идентификатор:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
/ МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ /

УТВЕРЖДАЮ



Декан факультета
экономики и управления
/ А.А. Ефремов /

_____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление конкурентоспособностью организации

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа:

Управление организацией

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2019 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» является подготовка студентов к решению профессиональных задач в области обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий, входящих в компетенции бакалавра по направлению подготовки

Задачи курса:

- усвоение современных теоретических представлений о конкурентоспособности предприятия, товара (услуг), факторах и условиях, обеспечивающих конкурентные преимущества по сравнению с соперниками;
- овладение основами методологии и методики в области конкурентоспособности;
- приобретение базовых навыков практической работы в сфере управления конкурентоспособностью предприятия, товара (услуги).

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» относится к числу дисциплин вариативной части блока Б1 образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- «Основы менеджмента»
- «Стратегический менеджмент»
- «Финансовый менеджмент»

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

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
-----------------	---	---

<p>ПК-3</p>	<p>владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и закономерности функционирования организации; - современные направления и тенденции повышения конкурентоспособности организации, товаров (услуг); - критерии конкурентоспособности товаров: уровень качества и его стабильность, имидж, потребительская новизна, информативность и цена потребления товаров; - факторы, влияющие на конкурентоспособность организации (производственные, рыночные, сбытовые, сервисные); - методы анализа и оценки конкурентоспособности товаров и услуг; - функции, цели и задачи стандартизации и сертификации; - развитие систем качества в организациях. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать комплексный и интегральный показатели качества товаров; - определять уровень конкурентоспособности товаров; - принимать согласованные решения в области формирования конкурентоспособности товаров и услуг; - разрабатывать корпоративные конкурентные и функциональные стратегии развития организации - оценивать результативность деятельности организации по повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией по управлению конкурентоспособностью; - методами формирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; - стратегическими методами анализа конкурентной среды; - методиками оценки конкурентоспособности; - методами выбора эффективных управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности организации и выпускаемой продукции (услуг).
--------------------	---	---

4. Структура и содержание дисциплины (модуля). Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины **по очной форме обучения** составляет 3 зачетные единицы (108 часов), из них 54 часа аудиторных занятий (18 час. лекций, 36 час. семинаров), 54 часа самостоятельной работы. Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» изучается на 3 курсе (6 семестр).

Общая трудоемкость дисциплины **по заочной форме обучения** составляет 3 зачетные единицы (108 часов), из них 14 часов аудиторных занятий (6 час. лекций, 8 час. семинаров), 94 часа самостоятельной работы. Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» изучается на 4 курсе (7 семестр).

Содержание дисциплины и календарный план представлены в приложении 3.

Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Общетеоретические сведения об управлении конкурентоспособностью организации

Понятия, задачи и цели учебной дисциплины. Предмет и объект исследования. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг, их взаимосвязь. Основные цели и задачи повышения конкурентоспособности товаров и услуг.

Раздел 2. Конкурентоспособность как экономическая категория

Конкурентные преимущества организации. Эволюция концепции конкурентоспособности. Конкурентные преимущества товара. Иерархия конкурентоспособности объектов.

Раздел 3. Уровень конкурентоспособности товаров

Определение понятия «уровень конкурентоспособности». Интегральный показатель качества продукции. Установление и обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности на всех этапах создания и продвижения товара до потребителя.

Раздел 4. Формирование конкурентоспособности товаров и услуг

Основные воздействия на факторы производства, рынка, сбыта, сервиса для поддержания уровня конкурентоспособности.

Раздел 5. Критерии конкурентоспособности товаров

Классификация критериев конкурентоспособности: основные определения и термины. Основные критерии: уровень качества и его стабильность, имидж, информативность, потребительская новизна и цена потребления товаров, их роль и значимость в обеспечении конкурентоспособности продукции.

Раздел 6. Факторы конкурентоспособности организации

Понятия и определение факторов конкурентоспособности, их формирование и развитие в организации. Назначение и роль факторов конкурентоспособности на различных этапах жизненного цикла продукции и предоставления услуг.

Раздел 7. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров

Оценка конкурентоспособности товаров. Роль оценки для обоснования принимаемых решений на предприятиях, информативность потребителей о результатах оценки. Принципы и порядок оценки конкурентоспособности товаров.

Раздел 8. Оценка конкурентоспособности услуг

Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Критерии оценки конкурентоспособности услуг. Методология оценки конкурентоспособности услуг.

Раздел 9. Значение стандартизации и сертификации в обеспечении конкурентоспособности продукции

Основные понятия, цели и функции стандартизации и сертификации. Значение нормативных документов в обеспечении качества и конкурентоспособности продукции. Роль подтверждающих документов в продвижении товаров на внутренний и внешний рынки.

Раздел 10. Роль систем качества в повышении конкурентоспособности продукции. Менеджмент качества. Разработка и сертификация систем качества. Принципы системы качества. Основные направления в деятельности предприятий по повышению конкурентоспособности товаров и услуг.

Раздел 11. Конкурентоспособность и теория стейкхолдеров.

Управление нефинансовыми рисками.

Раздел 12. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Понятие стратегии. Выбор базовой стратегии конкуренции. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям рынка. SWOT-анализ, «портфельный анализ» (анализ товарного ассортимента) компании как основа выбора конкурентной стратегии. Классификация конкурентных стратегий. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке. Адаптация стратегии конкуренции к особенностям динамики рынка.

Раздел 13. Институциональное регулирование конкуренции на рынках. Антимонопольное законодательство.

Раздел 14. Инновации и их роль в повышении конкурентоспособности предприятия.

Приемы инновационного менеджмента как способы повышения конкурентоспособности организации. Инжиниринг инноваций. Реинжиниринг бизнес-процессов. Бенчмаркинг. Бренд-стратегия. Конкурентоспособность и маркетинговые стратегии ценообразования.

5. Образовательные технологии

Методика преподавания дисциплины «Конкурентоспособность» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- подготовка самостоятельной работы по проведению SWOT-анализа, конкурентного анализа предприятия и выработки стратегических направлений ее развития, с последующим представлением и публичным обсуждением презентаций по результатам самостоятельной работы;

- проведение устного опроса/собеседования;

- подготовка доклада

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определен главной целью образовательной программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины «Конкурентоспособность» и в целом по дисциплине составляет 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 67 % от объема аудиторных занятий.

5.1 Задание по самостоятельной работе на тему «Стратегический анализ компании», необходимое для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

После прохождения теоретических основ по темам 5,6,7,11 студентам предлагается выбрать из предлагаемого перечня одну компанию – объект исследования, проанализировать внешнюю и внутреннюю среду, сделать SWOT-анализ, конкурентный анализ и предложить функциональные стратегии развития.

По выбранному объекту исследования студенты должны собрать публичные данные, размещенные на сайтах компаний и в средствах массовой информации. Собранный материал подробно анализируется и разрабатывается стратегическое решение дальнейшего поведения с целью поддержания конкурентоспособности на рынке.

В результате студентами готовится сводный отчет о состоянии конкурентоспособности компании - выбранного объекта исследования. Защита отчета «Стратегический анализ компании» предусматривает подготовку презентации и краткого доклада по основным положениям проведенного исследования.

Предусмотрено использование разделов дисциплины в ЭОР «Проект-менеджмент» (<https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12786>)

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

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

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ПК-3 владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и закономерности функционирования организации; - современные направления и тенденции повышения конкурентоспособности организации, товаров (услуг); - критерии конкурентоспособности товаров; - факторы, влияющие на конкурентоспособность организации; - методы анализа и оценки конкурентоспособности товаров и услуг; - функции, цели и задачи стандартизации и сертификации; - развитие систем качества в организациях. 	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основных теоретических основ в области конкурентоспособности, факторов, определяющих конкурентоспособность, критериев конкурентоспособности.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: имеет некоторое представление об основных теоретических аспектах конкурентоспособности, факторах, влияющих на конкурентоспособность, критерии конкурентоспособности.; демонстрирует недостаточный аппарат стратегического анализа организации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: владеет понятийным аппаратом дисциплины, знает критерии конкурентоспособности, основные методы стратегического анализа бизнеса, но допускаются неточности, некоторые затруднения при аналитических операциях.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний понятийным аппаратом дисциплины, знает критерии конкурентоспособности, основные методы стратегического анализа бизнеса, методы оценки конкурентоспособности легко оперирует приобретенными знаниями при оценке конкурентоспособности, ориентируется в ситуации повышенной сложности.</p>

<p>уметь: - рассчитывать комплексный и интегральный показатели качества товаров; - определять уровень конкурентоспособности товаров; - принимать согласованные решения в области формирования конкурентоспособности товаров и услуг, - разрабатывать корпоративные конкурентные и функциональные стратегии развития организации - оценивать результативность деятельности организации по повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции.</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет определять уровень конкурентоспособности, делать стратегический анализ организации</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: при определении уровня конкурентоспособности организации допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность при проведении стратегического анализа организации, обучающийся испытывает затруднения при формировании конкурентной стратегии развития.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: делает стратегический анализ бизнеса, ориентируется в конкурентных стратегиях развития бизнеса, формирует стратегические направления развития с целью повышения его конкурентоспособности, выявляет современные факторы конкурентоспособности продукта, Умения освоены, но допускаются незначительные погрешности, неточности, некоторые затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: свободно владеет методами стратегического анализа, характеризует современные требования к продукции (услугам), Оперирует приобретенными умениями при анализе конкурентных преимуществ и построении и реализации конкурентных стратегий организации, применяет умения в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>владеть: - специальной терминологией по управлению конкурентоспособностью; - методами оценки конкурентоспособности организации (товара); - стратегическими методами анализа конкурентной среды; - методами</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет приемами стратегического анализа хозяйствующего субъекта. Не может работать в должной мере с методиками оценки конкурентоспособности,</p>	<p>Обучающийся слабо владеет методами анализа положения на рынке организации, основами построения и реализации стратегии, допускаются значительные ошибки при выявлении конкурентных</p>	<p>Обучающийся частично владеет методиками оценки конкурентоспособности товара, базовыми навыками стратегического анализа положения бизнеса на рынке, построения конкурентной</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет методиками оценки конкурентоспособности товара, базовыми навыками стратегического анализа положения бизнеса на рынке, построения</p>

формирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; - методами выбора эффективных управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности организации и выпускаемой продукции (услуг).	сформировать стратегию повышения конкурентоспособности организации.	преимуществ. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в рядовых ситуациях.	стратегии и ее реализации; проявляет базовые навыки, допускает незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на усложненные ситуации	конкурентной стратегии и ее реализации; базовыми навыками разработки управленческих решений по повышению уровня конкурентоспособности организации; оценки рисков; свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
---	---	---	---	---

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие самостоятельную работу в виде научного отчета, предусмотренную рабочей программой по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации».

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнена самостоятельная работа, пройдены тестовые задания, выполнение других видов работ, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенные в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть

	допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнена самостоятельная работа, пройдены тестовые задания, выполнение других видов работ, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнена самостоятельная работа, пройдены тестовые задания, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка
Неудовлетворительно	Выполнена самостоятельная работа в виде научного отчета, не в полной мере участие в аудиторной работе, предусмотренной учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенных в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Теория менеджмента»

Основная литература:

1. Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 427 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17128-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532435> (дата обращения: 17.09.2023).

Дополнительная литература

1. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12241-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518680> (дата обращения: 17.09.2023).

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Офисные приложения, Microsoft Office 2013 (или ниже) – Microsoft Open License.

Лицензия № 61984042

- <http://www.gov.ru> Сервер органов государственной власти Российской Федерации.
- <http://www.mos.ru> Официальный сервер Правительства Москвы.
- <http://www.garant.ru> ГАРАНТ Законодательство с комментариями.
- <http://www.gks.ru> Федеральная служба государственной статистики.
- <http://www.rg.ru> Российская газета.
- <http://www.rbc.ru> РБК (РосБизнесКонсалтинг).–
- <http://www.mevriz.ru> Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
- <http://minpromtorg.gov.ru/> Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Аудитория для лекционных и семинарских занятий общего фонда. Столы учебные со скамьями, аудиторная доска, переносной мультимедийный комплекс (проектор, проекционный экран, ноутбук). Рабочее место преподавателя: стол, стул.

9. Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции. При чтении лекций по дисциплине могут использоваться электронные мультимедийные презентации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить

тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. На интерактивных занятиях студенты должны проявлять активность.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельной темы учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по определяется учебным планом. При самостоятельной работе студент взаимодействует с рекомендованными материалами при участии преподавателя в виде консультаций. Для выполнения самостоятельной работы предусмотрено Методическое обеспечение. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

10. Методические рекомендации для преподавателя (Методические рекомендации по составлению презентаций)

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением РР. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;
- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.

- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Правила выбора цветовой гаммы.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
- Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызывала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial,Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;

- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
ОП (профиль): «Управление организацией» Форма
обучения: очная, заочная
Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая, информационно-
аналитическая, предпринимательская

Кафедра: Менеджмент

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Управление конкурентоспособностью организации»

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:
Устный опрос/ собеседование;
Доклад (сообщение)
Защита научного отчета по заданной теме

Составители:

Ст. преподаватель Мазур В.В

Москва - 2019

Таблица 1 - Показатель уровня сформированности компетенций

Управление конкурентоспособностью организации					
ФГОС ВО 38.03.02 «Менеджмент»					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует профессиональные компетенции:					
Компетенции		Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства**	Степени уровней освоения компетенций
индекс	формулировка				
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<p>знать: - современные тенденции повышения конкурентоспособности организации, товаров; - критерии конкурентоспособности товаров; факторы, влияющие на конкурентоспособность организации; - методы анализа и оценки конкурентоспособности товаров и услуг; - функции, цели и задачи стандартизации и сертификации, систем качества ;</p> <p>уметь: - рассчитывать комплексный и интегральный показатели качества товаров; определять уровень конкурентоспособности товаров; - разрабатывать стратегии развития организации и оценивать их результативность .</p> <p>владеть: - специальной терминологией по управлению конкурентоспособностью; - методами формирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; - стратегическими методами анализа конкурентной среды; - методиками оценки конкурентоспособности; - методами выбора эффективных управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности организации выпускаемой продукции (услуг).</p>	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	УО, СР, ДС Экзамен	<p>Базовый уровень -способен анализировать конкурентную среду бизнес-единицы; оценивать ее конкурентоспособность; формулировать управленческие решения тактического и стратегического уровня с целью повышения конкурентоспособности, оценивать результативность стратегии</p> <p>Повышенный уровень способен анализировать конкурентную среду бизнес-единицы; оценивать ее конкурентоспособность; формулировать управленческие решения тактического и стратегического уровня с целью повышения конкурентоспособности, прогнозировать результативность стратегических решений в зависимости от внутреннего потенциала и требований внешней среды.</p>

** Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП.

Перечень оценочных средств по дисциплине «Конкурентоспособность»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос, собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
3	Экзамен (Э)	Итоговая форма оценки знаний. В высших учебных заведениях проводятся во время экзаменационных сессий.	Вопросы к экзамену
4	Самостоятельная работа в виде научного отчета (СР)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор делает стратегический анализ исследуемой организации, а также отражает собственные стратегические решения с целью обеспечения повышения конкурентоспособности в долгосрочном периоде развития.	Самостоятельная работа студента предполагает изучение учебной литературы, законодательной базы, материалов исследований по вопросам конкурентоспособности, массивов публичных данных, размещенных на сайтах российских компаний и в средствах массовой информации. В ходе работы на основе анализа специальных научных источников, нормативных документов и информационной базы компании-объекта исследования студенты должны сделать стратегический анализ исследуемой организации. По результатам самостоятельной работы студенты готовят научный отчет на тему «Стратегический анализ российской компании (ПАО)» по выбранному объекту исследования с презентацией основных положений отчета в программе Power Point, которая оформляется как приложение к отчету. На семинарских занятиях проходят защиту научных отчетов. Методическое обеспечение по выполнению самостоятельной работы подробнее в п. 5.2

**Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине
«Конкурентоспособность»
Формирование компетенции ПК-3**

ЗНАТЬ:

- 1) Современные исследования проблем конкурентоспособности.
- 2) Сущность конкурентоспособности как экономической категории.
- 3) Экономическое содержание конкуренции
- 4) Ресурсный подход к определению понятия «конкурентоспособность».
- 5) Динамический подход к определению понятия «конкурентоспособность».
- 6) Конкурентоспособность как результат борьбы и сотрудничества с конкурентами.
- 7) Финансово-экономический подход к определению понятия «конкурентоспособность».
- 8) Социальный, рыночный подход к определению понятия «конкурентоспособность»
- 9) Экономико-статистический подход к определению понятия «конкурентоспособность».
- 10) Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный.
- 11) Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: комплексный, глобальный, интеграционный, маркетинговый,
- 12) Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: функциональный, процессный, структурный.
- 13) Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: ситуационный, нормативный, административный, поведенческий.
- 14) Интегрированный подход на основе оценки стоимости бизнеса к определению понятия «конкурентоспособность».
- 15) Понятие конкурентной позиции предприятия. Взаимосвязь конкурентной позиции и конкурентоспособности.
- 16) Система показателей конкурентной позиции.
- 17) Механизм конкуренции.

УМЕТЬ:

- 18) Методы изучения конкурентов.
- 19) Модель изучения конкурентов. Общеметодологические вопросы конкурентного анализа.
- 20) Конкурентные преимущества и их виды.
- 21) Понятие конкурентного преимущества. Модели М. Портера.
- 22) Факторы конкурентоспособности высокотехнологичного производства.
- 23) Методы оценки конкурентоспособности продукции высокотехнологичного предприятия.
- 24) Методы оценки конкурентоспособности предприятия (аналитические и графические).

25) Оценка на основе расчета рыночной доли и построение конкурентной карты рынка.

26) Построение многоугольника конкурентоспособности.

27) Модель «Привлекательность рынка – преимущества конкуренции».

28) Принципы и методические положения оценки конкурентоспособности.

29) Оценка факторов конкурентоспособности продукта и моделирование конкурентоспособности для принятия дальнейших стратегических решений с целью управления уровнем конкурентоспособности.

30) Этапы и совокупность приемов и способов обследования конкурентной позиции продукта на рынке

ВЛАДЕТЬ:

31) Модель Розенберга.

32) Модель с идеальной точкой.

33) Метод оценки конкурентоспособности продукта по удельной цене.

34) Метод оценки конкурентоспособности по отношению полезного эффекта к цене потребления.

35) Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж.

36) Экспертные методы. Интегральный показатель конкурентоспособности.

37) Матричный метод «Бостонской консалтинговой группой» (метод БКГ).

38) Матрица «рост рынка/доля рынка».

39) Сущность конкурентной стратегии.

40) Портфельная стратегия.

41) Виды конкурентных стратегий.

42) Матрица Портера.

43) Стратегии лидерства и снижения издержек.

44) Стратегия дифференциации.

45) Стратегия фокусирования.

46) Стратегия роста и сокращения.

47) Инновационные стратегии развития.

48) Матрица Ансоффа.

49) Матрица «товары - рыночная определенность».

50) Конкурентный анализ.

51) SWOT-анализ

52) Организационно-экономический механизм принятия решений в высокотехнологичном производстве

53) Положительный зарубежный опыт по обеспечению конкурентоспособности и конкурентных преимуществ

54) Конкурентоспособность и маркетинговые стратегии ценообразования.

Перечень тем докладов (сообщений) Формирование компетенции ПК-3

1. Примеры обеспечения конкурентоспособности на основе оптимизации сбытовой деятельностью.
2. Обеспечение конкурентоспособности на основе инноваций («Ксерокс», IBM, «Сони»).
3. Обеспечение конкурентоспособности на основе глубокой сегментации («Филлипс»).
4. «Benchmarking»: опыт европейских и российских высокотехнологичных компаний
5. Обеспечение конкурентоспособности на примере известных западных и российских высокотехнологичных компаний.
6. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании (на примере корпорации «Ксерокс»)
7. Стратегия развития высокотехнологичной компании, работающей на рынке автомобилестроительной продукции (на материалах Группы «ГАЗ».
8. Стратегия развития высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли (на материалах Группы «КАМАЗ».
9. Конкурентная стратегия развития высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли (на материалах Группы «АВТОВАЗ»).
10. Конкурентные преимущества высокотехнологичного производства.
11. Инновации и их роль в повышении конкурентоспособности предприятия.
12. Повышение инновационной активности российских предприятий и ее роль в создании конкурентных преимуществ.
13. Становление и эволюция взглядов на конкуренцию в экономической науке
14. Влияния государства на формирование конкурентной среды и развитие международного бизнеса (проблема партнерства государства и бизнеса)
15. Особенности конкурентной борьбы компаний на различных этапах развития рынка
16. Методы анализа конкурентной структуры отрасли.
17. Конкурентные стратегии компаний и международный бизнес.
18. Франчайзинг как метод конкурентной борьбы
19. Российские ТНК на зарубежных рынках: методы конкурентной борьбы
20. Российские лизинговые фирмы на рынках мира: слабости и сила
21. Конкуренция на рынках инвестиционных ресурсов: борьба за инвестиции
22. Конкуренция на рынках инвестиционных ресурсов: борьба за клиента
23. Особенности формирования конкурентных преимуществ фирмы на современных мировых рынках
24. Особенности стратегии и тактики ТНК в 1990-е гг. и в текущих

условиях (с позиции формирования конкурентных преимуществ)

25. Роль маркетинга в формировании конкурентных преимуществ фирмы на современных мировых рынках

26. Особенности формирования стратегии выхода фирмы на мировой рынок

27. Особенности реализации конкурентных преимуществ ТНК в жесткой конкурентной среде

28. Технологическое развитие и конкуренция на мировых рынках

Критерии оценки доклада

№	Критерий	Оценка			
		отл.	хор.	удовл.	неудовл.
1	Структура доклада	В докладе присутствуют смысловые части, сбалансированные по объему	В докладе присутствуют три смысловые части, несбалансированные по объему	Одна из смысловых частей в докладе отсутствует	В докладе не прослеживается наличие смысловых частей
2	Содержание доклада	Содержание отражает суть рассматриваемой проблемы и основные полученные результаты	Содержание не в полной мере отражает суть рассматриваемой проблемы или основные полученные результаты	Содержание не в полной мере отражает суть рассматриваемой проблемы и основные полученные результаты	Содержание не отражает суть рассматриваемой проблемы или основные полученные результаты
3	Владение материалом	Студент полностью владеет излагаемым материалом, ориентируется в проблеме, свободно отвечает на вопросы	Студент владеет излагаемым материалом, ориентируется в проблеме, затрудняется в ответах на некоторые вопросы	Студент недостаточно свободно владеет излагаемым материалом, слабо ориентируется в проблеме	Студент не владеет излагаемым материалом, слабо ориентируется в проблеме
4	Соответствие теме	Изложенный материал полностью соответствует заявленной теме	Изложенный материал содержит элементы, не соответствующие теме	В изложенном материале присутствует большое количество элементов, не имеющих отношение к теме	Изложенный материал в незначительной степени соответствует теме

**Примерный перечень вопросов по темам/разделам дисциплины для устного опроса:
Формирование компетенции ПК-3**

1. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) Анализ конкурентоспособности России за 2015-2017 гг.
2. Доклад «Ведение бизнеса» (англ. Doing Business Report) —исследование группы Всемирного банка, 2017
3. Предприятие как открытая социально-экономическая система.
4. Инновационная деятельность как основа конкурентоспособности предприятия
5. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг, их взаимосвязь.
6. Понятие «конкурентное преимущество товара». Суть. В чем может состоять преимущество товара?
7. Определение понятия «уровень конкурентоспособности».
8. В чем и как может быть выражен интегральный показатель качества продукции?
9. Как может быть сформирована конкурентоспособная услуга?
10. Как может быть описан уровень качества товара?
11. В чем выражается критерий информативности?
12. Какую роль играет имидж при покупке товара? Приведите примеры.
13. Принципы и порядок оценки конкурентоспособности товаров.
14. Критерии оценки конкурентоспособности услуг.

Значение нормативных документов в обеспечении качества и конкурентоспособности продукции.

Роль подтверждающих документов в продвижении товаров на внутренний и внешний рынки.

Что такое стратегия?

Базовые стратегии конкуренции.

SWOT-анализ,

15. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности.

Критерии оценки устного опроса

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если студент ориентируется в теоретическом материале; имеет представление об основных подходах к излагаемому материалу; знает определения основных теоретических понятий излагаемой темы, умеет применять теоретические сведения для анализа практического материала, в основном демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение большинства показателей формируемых компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент ориентируется в теоретическом материале; имеет представление об основных подходах к излагаемому материалу, но затрудняется в ответах на некоторые вопросы; знает определения основных теоретических понятий излагаемой темы, но не в полной мере отражает суть рассматриваемой проблемы, в основном умеет применять теоретические сведения для анализа практического материала, в основном демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение большинства показателей формируемых компетенций.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если показаны недостаточные знания теоретического материала, основных понятий излагаемой темы, не всегда с правильным и необходимым применением специальных терминов, понятий и категорий;

анализ практического материала был нечёткий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случаях, когда не выполнены условия, позволяющие выставить оценку «удовлетворительно».

**Структура и содержание дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (бакалавр), профиль «Управление организацией», очная форма обучения**

Приложение 3

Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
			Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	Тест	СМ	УО	Реферат	К/р	Э	З
1 Лекция. Общетеоретические сведения об управлении конкурентоспособностью организации.	6	1	1			2								
2. Лекция Конкурентоспособность как экономическая категория Конкурентные преимущества организации.	6	2	1			2								
3. Семинар. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) Анализ конкурентоспособности России за 2015-2017 гг.	6	2		4		2				+				
4 Лекция. Факторы конкурентоспособности организации	6	3	1			2								
5. Лекция. Критерии конкурентоспособности товаров. Классификация критериев	6	4	1			2								
6. Семинар. Доклад «Ведение бизнеса» (англ. Doing Business Report) —исследование группы Всемирного банка, 2017	6	4		4		2				+				
7. Лекция Формирование конкурентоспособности товаров (услуг)	6	5	1			2								
8. Лекция. Уровень конкурентоспособности товаров	6	6	1			2								

9. Семинар. Предприятие как открытая социально-экономическая система.	6	6		4		2					+				
10. Лекция. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.	6	7	1			2									
11.Лекция Методические подходы к анализу и оценке конкурентоспособности продукции	6	8	1			2									
13. Семинар. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.	6	8		4		2					+				
13Лекция. Оценка конкурентоспособности услуг	6	9	1			2									
14Лекция. Анализ, оценка и диагностика конкурентной среды высокотехнологичного предприятия Конкурентный анализ бизнеса. Рассмотрение условий выполнения самостоятельной работы.	6	10	1			2									
15.Семинар. Диагностика факторов конкурентной среды высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли	6	10		4		2									
16.Лекция Значение стандартизации и сертификации в обеспечении конкурентоспособности продукции	6	11	1			2									
17.Лекция Роль систем качества в повышении конкурентоспособности продукции. Менеджмент качества.	6	12	1			2									
18.Семинар Конкурентный анализ высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли	6	12		4		2									
19. Лекция Конкурентоспособность и теория стейкхолдеров.	6	13	1			2									
20.Лекция Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации.	6	14	1			2									

21.Семинар. Доклады по подготовленным рефератам на тему «Обеспечение конкурентоспособности» на примере известных западных и российских высокотехнологичных компаний	6	14		4		2					+			
22. Лекция. Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности.	6	15	1			2								
23. Лекция. Институциональное регулирование конкуренции на рынках. Антимонопольное законодательство	6	16	1			2								
24.Семинар. Доклады по подготовленным рефератам на тему «Обеспечение конкурентоспособности» на примере известных западных и российских высокотехнологичных компаний». Контрольный тест.	6	16		4		2		+			+			
25.Лекция Инновации и их роль в повышении конкурентоспособности предприятия. Приемы инновационного менеджмента	6	17	1			2								
26. Лекция. Конкурентоспособность и маркетинговые стратегии ценообразования.	6	18	1			2								
27.Семинар. Защита самостоятельной работы.	6	18		4		2			Защита работы					
Итого			18	36		54		1	1	4	2		Э	

**Структура и содержание дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (бакалавр), профиль «Управление организацией», заочная форма обучения**

Приложение 3

Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
			Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	Тест	СМ	УО	Реферат	К/р	Э	З
1 Лекция. Общетеоретические сведения об управлении конкурентоспособностью организации.	7		1			3								
2.Лекция Конкурентоспособность как экономическая категория Конкурентные преимущества организации.	7					3								
3. Семинар. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) Анализ конкурентоспособности России за 2015-2017 гг.	7			1		4				+				
4 Лекция. Факторы конкурентоспособности организации	7		1			3								
5. Лекция. Критерии конкурентоспособности товаров. Классификация критериев	7					3								
6. Семинар. Доклад «Ведение бизнеса» (англ. Doing Business Report) —исследование группы Всемирного банка, 2017	7			1		4				+				
7.Лекция Формирование конкурентоспособности товаров (услуг)	7		1			3								
8. Лекция. Уровень конкурентоспособности товаров	7					3								

9. Семинар. Предприятие как открытая социально-экономическая система.	7			1		4				+				
10. Лекция. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.	7		1			3								
11.Лекция Методические подходы к анализу и оценке конкурентоспособности продукции	7					3								
13. Семинар. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.	7			1		4				+				
13Лекция. Оценка конкурентоспособности услуг	7		1			3								
14Лекция. Анализ, оценка и диагностика конкурентной среды высокотехнологичного предприятия Конкурентный анализ бизнеса. Рассмотрение условий выполнения самостоятельной работы.	7					3								
15.Семинар. Диагностика факторов конкурентной среды высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли	7			1		4								
16.Лекция Значение стандартизации и сертификации в обеспечении конкурентоспособности продукции	7		1			3								
17.Лекция Роль систем качества в повышении конкурентоспособности продукции. Менеджмент качества.	7					3								
18.Семинар Конкурентный анализ высокотехнологичной компании автомобилестроительной отрасли	7			1		4								
19. Лекция Конкурентоспособность и теория стейкхолдеров.	7					3								
20.Лекция Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации.	7					3								

21.Семинар. Доклады по подготовленным рефератам на тему «Обеспечение конкурентоспособности» на примере известных западных и российских высокотехнологичных компаний	7			1		4					+			
22. Лекция. Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности.	7					3								
23. Лекция. Институциональное регулирование конкуренции на рынках. Антимонопольное законодательство	7					3								
24.Семинар. Доклады по подготовленным рефератам на тему «Обеспечение конкурентоспособности» на примере известных западных и российских высокотехнологичных компаний». Контрольный тест.	7			1		4			+		+			
25.Лекция Инновации и их роль в повышении конкурентоспособности предприятия. Приемы инновационного менеджмента	7					3								
26. Лекция. Конкурентоспособность и маркетинговые стратегии ценообразования.	7					3								
27.Семинар. Защита самостоятельной работы.	7			1		8			Защита работы					
Итого			6	8		94		1	1	4	2		Э	