

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04. 02 «Конкурентная политика и стратегия конкуренции»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 час.), из них – 28,2 час. контактной работы: лекционных 8 час, практических 20 час., ИКР 0,2 час.; 79,8 час. самостоятельной работы.

Целью дисциплины – является формирование у студентов знаний в области теории и практики конкуренции как базового экономического процесса, основанного на росте конкурентоспособности фирм, как перспективного направления развития систем в условиях высокой степени изменчивости среды, что будет способствовать воспитанию у будущих специалистов в области менеджмента нового управленческого мышления, необходимого для успешной работы в российском бизнесе.

Выполнение данной программы предполагает не только освоение теоретических знаний в области решения и распознавания проблем обоснования конкурентных стратегий, но и получение конкретных аналитических навыков в области разработки конкурентной стратегии с учетом анализа реальной экономической ситуации в процессе управления на различных уровнях хозяйствования. Для этого планируются лекции, практические и семинарские занятия, дискуссии, написание эссе и аналитических отчетов, рефератов, разбор кейсов и других письменных работ, самостоятельная творческая работа с последующим обсуждением ее итогов и результатов.

Задачи дисциплины.

Дать магистрантам теоретические и практические знания в области :

- понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;
- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к управлению конкурентоспособности предприятия;
- понимание значения и сущности стратегического подхода в формировании стратегии конкуренции;
- усвоение знаний обоснования стратегических инструментов в конкурентной борьбе;
- формирование навыков для проведения анализа конкурентов;
- выработка умения определять наиболее конкурентный продуктовый портфель;
- изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации для повышения конкурентоспособности организации;
- знание содержания и этапов процесса разработки конкурентной продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов конкурентоспособных продуктов;
- знание содержания и этапов процесса разработки конкурентной ценовой политики в маркетинге и различных конкурентных стратегий ценообразования;
- умение формировать и корректировать на основе конкурентного анализа маркетинговую политику, исходя из стратегических задач повышения доходности, сокращения издержек, повышения оборачиваемости товарных запасов.
- сформировать и развить у студентов навыки самостоятельной научно-исследовательской и аналитической работы при сборе и анализе данных с использованием современных информационных технологий

.Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.04. 02 «Конкурентная политика и стратегии конкуренции» является дисциплиной вариативной части учебного плана ООП по направлению

«Менеджмент» и занимает одно из ключевых мест в профессиональной подготовке магистров, дополняя, конкретизируя и развивая полученную ранее систему управленческих знаний студентов.

Курс «Конкурентная политика и стратегии конкуренции» рассчитан на слушателей, обладающих достаточно широким спектром знаний в области теоретической и прикладной экономики, менеджмента, маркетинга, методов планирования и прогнозирования, международного менеджмента, международных экономических отношений, мировой экономики.

Методологической основой изучения дисциплины является системно-ситуационный подход, применение которого обуславливается наличием у обучающихся знаний философского, исторического, гуманитарного, культурологического социального, экономического, политологического, психологического характера, а также других знаний, полученных при изучении следующих управленческих дисциплин: менеджмента, теории организации, информационные технологии в менеджменте, менеджмента, математические методы и модели в менеджменте.

Магистранты, приступившие к изучению дисциплины «Конкурентная политика и стратегии конкуренции» должны понимать основные законы общественного и экономического развития, закономерности формирования и развития организаций как открытых социально-экономических систем, знать концепции, принципы, методы управления современной компанией; факторы внешней и внутренней среды организации, влияющие на ее систему менеджмента; особенности процесса управления экономическими субъектами международного бизнеса, принципами управления предприятий на разных рынках, владеть культурой мышления, уметь логично и ясно строить устную и письменную речь, аргументировано объяснять свою позицию, работать с информацией и эффективно взаимодействовать в группе.

Отмеченные связи и возникающие при этом отношения, содержание дисциплины «Конкурентная политика и стратегии конкуренции» дает магистранту системные представления об изучаемых дисциплинах в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает высокий уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра менеджмента.

Для овладения дисциплиной «Конкурентная политика и стратегии конкуренции» обучающиеся должны иметь представление об основах менеджмента, обладать сведениями о современном менеджменте как объекте профессиональной деятельности, обязаны усвоить информацию по организации управленческих решений и оценке персонала, знать закономерности и законы диалектики, категории философии, применяемых в экономических исследованиях, уметь использовать инструментарий для исследования существующих и новых проблем развития современного менеджмента в практике как российских, так и международных компаний.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины формируются следующие компетенции обучающихся: ПК-5

Индекс компетенции	Формулировка компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического	Иметь системное представление о месте о поведении	Выбирать и использовать процедуры анализа конкуренции для выявления и	Методами экономического анализа и специальной маркетинговой

	о анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной сети	экономических агентов и рынков в глобальной среде Понимать сущность конкурентной политики как составной части стратегического анализа маркетингового процесса и знать состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс принятия маркетинговых решений в области реализации конкурентной политики экономических агентов	обоснования направлений развития конкурентной политики фирмы Прогнозировать ценовые параметры спроса, формировать цели и принципы ценовой стратегии, планировать тактические мероприятия Определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и формировать конкурентную стратегию в отношении конкретной целевой аудитории Анализировать эффективность усилий фирмы в области стратегического анализа поведения экономических агентов конкурентном рынке	терминологией на профессиональном уровне опытом поиска и методы стратегического анализа маркетинговой информации поведения экономических агентов и рынков в глобальной сети ИНтернет опытом разработки конкурентной стратегии маркетинга для организации, функционирующей в реальных условиях Иметь опыт презентации разработанных планов и аргументированного обсуждения проблемных аспектов поведения экономических агентов
--	--	--	--	--

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Базовые положения теории конкуренции в маркетинге. Конкурентный анализ	4	2	4		18
2.	Общие аналитические методы оценки конкурентоспособности	8	2	4		18
3.	Базовые условия функционирования отраслей и определение конкурентной политики компании	9.8	2	8		25,8
4.	Стратегические решения в практике конкурентной борьбы	8	2	4		18

	Итого по дисциплине:		8	20		79.8
--	----------------------	--	---	----	--	------

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература

1. Конкурентные стратегии современной фирмы М. ЮРАЙТ, 2018 <https://biblio-online.ru/viewer/58556D8B-5191-46BD-A5DF-94F0A9087E65/konkurentnye-strategii-sovremennoy-firmy#page/>
2. П.П. Крылатков и др. Исследование систем управления М. ЮРАЙТ, 2018 <https://biblio-online.ru/viewer/4298FA8F-100E-407E-90E0-FE2C99B3E43/issledovanie-sistem-upravleniya#page/1>
3. Ю.Н. Соловьева Конкурентные преимущества и бенчмаркинг, М. ЮРАЙТ. 2018 <https://biblio-online.ru/viewer/552B596E-4A1F-4B44-88D3-E902657E7953/konkurentnye-preimuschestva-i-benchmarking#page/1>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

Автор: д.э.н., профессор Воронина Л.А.