

Аннотация
к рабочей программе дисциплины «Теория и практика конкуренции»
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(профиль «Управление малым бизнесом»)

1. Цели освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины – сформировать у студентов знания 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

Задачами курса теории и практики конкуренции являются получения знаний и навыков в следующих аспектах:

- анализ, применяемых конкурентных стратегий, их особенностей;
- знание методов конкурентной борьбы и основ их выбора;
- учет особенностей конкурентного потенциала фирмы в конкурентной борьбе;
- анализ факторов конкурентоспособности товара;
- анализ факторов конкурентоспособности работников;
- пути формирования конкурентоспособности организации

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

Дисциплина входит в вариативную часть ОПОП и является обязательной для изучения.

Студентам для освоения дисциплины «Теория и практика конкуренции» необходимо иметь знания по следующим дисциплинам:

1. Микроэкономика
2. Макроэкономика
3. Основы бизнеса
4. Теория менеджмента
5. Маркетинг

Дисциплина «Теория и практика конкуренции» взаимосвязана с другими образовательными компонентами подготовки бакалавров, такими как:

1. Стратегический менеджмент;
2. Стратегический маркетинг
3. Методы принятия управленческих решений;
4. Экономика организации (предприятия).

Взаимосвязи проявляются в том, что каждая из дисциплин с разных точек зрения исследует проблемы и специфику деятельности предприятий в современных конкурентных экономических условиях.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Теория и практика конкуренции» формируются элементы следующих **профессиональных компетенций**

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на

основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

В результате изучения курса студенты *должны*:

Знать

- содержание понятия конкуренция; существующих методик анализа деятельности единиц бизнеса;
- основные типы конкурентов и конкурентных стратегий;
- конкурентные силы и факторы, способствующие их становлению;
- методы сбора и анализа информации, необходимой для анализа рынка.

Уметь:

- анализировать и прогнозировать тенденции изменения рынка, влияющие на характер конкуренции;
- определять конкурентное положение компании;
- осуществлять постановку задач при разработке конкурентных стратегий

Владеть

- современным инструментарием анализа рынков
- методикой сбора и анализа информации, необходимой для анализа рынка.
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации.

Рабочая программа дисциплины предусматривает изучение следующих тем:

Тема 1. Понятие и сущность конкуренции. Виды конкуренции

Эволюция понятия «конкуренция». Сущность понятия «конкурентоспособность». Конкурентоспособность товара. Конкурентоспособность фирмы. Совершенная конкуренция. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Монополия. Основные типы монополистических образований.

Тема 2. Теории конкуренции

Развитие теории конкуренции: А.Смит о конкуренции как о поведенческой категории; Маркс и Энгельс об отраслевой и межотраслевой конкуренции. Теория уравнивающей силы Герберта. Шумпетер о конкуренции как о соперничестве старого (товара, технологии, т.п.) и нового. Найт о конкуренции как о ситуации проявляющей свободу индивидуалов в выборе лучших среди предлагаемых условий.

Тема 3. Конкурентные преимущества их формирование

Понятие конкурентных преимуществ. Основные методы достижения и удержания конкурентных преимуществ.

Тема 4. Конкурентные стратегии

Формирование стратегии конкуренции. Конкурентные стратегии фирм. Типы подхода к завоеванию конкурентного преимущества. Оценка конкурентного статуса фирмы (КСФ). Факторы конкурентного успеха. Конкурентный статус фирмы.

Тема 5. Разработка конкурентной стратегии в зависимости от типа конкурентного поведения фирмы

Понятие конкурентного поведения фирмы. Типы конкурентного поведения фирм. Стратегии специализированных фирм в конкурентной борьбе. Пациенты и специфика их конкурентной стратегии. Особенности конкурентной стратегии эксплерентов. Виоленты их конкурентная стратегия. Понятие коммутантной стратегии и ее особенности.

