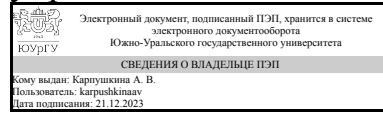


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



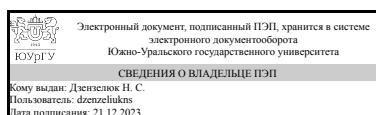
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины ДВ.1.13.01 Технологии исследований конкурентных позиций предприятия
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень бакалавр **тип программы** Прикладной бакалавриат
профиль подготовки Управление проектами
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Экономика промышленности и управление проектами

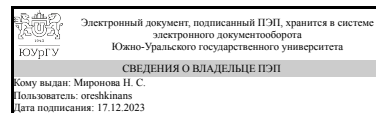
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.01.2016 № 7

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Н. С. Дзензелюк

Разработчик программы,
к.экон.н., доцент



Н. С. Миронова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: учебного курса «Технологии исследований конкурентных позиций предприятия» - сформировать у студентов комплексное представление о значимости роли предприятия на рынке, теоретических подходах, задачах, типах, практических формах исследований и методах анализа первичных данных как материального фундамента успешного управления организации в рыночной среде

Задачи: - раскрыть суть основных направлений, форм и методов эффективного исследования рынков в российских условиях с учетом мирового опыта; - сформировать у студентов целостное представление о структуре и процессе рыночных исследований; - раскрыть взаимосвязи между целями, видами рыночных исследований и способами и формами сбора информации, методами ее анализа и управленческими выводами; - научить студентов разрабатывать планы комплексных исследований потребителей в целях правильной оценки перспективности рынков и конкурентной позиции товаров и услуг предприятия; - научить осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации; - выработать умение пользования стандартизованными и статистическими инструментами исследования; - дать студентам практические навыки маркетинговых исследований.

Краткое содержание дисциплины

«Технологии исследований конкурентных позиций предприятия» – это дисциплина, дающая возможность студентам научиться управлять процессом организации рыночных исследований, включая определение их целей и видов, выбора инструментов сбора данных, методов анализа и интерпретации информации и обеспечивать, таким образом, коммерческий успех организации. Включает две составных части: лекционный курс и практические занятия.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-9 способностью 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	Знать:риски от воздействия макроэкономической среды на деятельность предприятия, виды маркетинговых стратегий и особенности их применения в организациях, а также эффективность их использования.
	Уметь:проводить исследование рынка с целью оценки реакции покупателей на товар, цену, продвижение, формулировать принципы и функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; разрабатывать маркетинговые стратегии для организаций.
	Владеть:навыками анализа маркетинговых концепций; навыками выбора целей и принципов маркетинговой деятельности предприятия, методикой анализа концепций и стратегий развития.
ПК-17 способностью оценивать экономические и	Знать:основные методики оценки экономических

социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности методики поиска новых рыночных возможностей механизмы формирования новых бизнес-моделей
	Уметь:оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	Владеть:навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать:план, последовательность и содержание этапов стратегического анализа, методы и инструменты маркетинговых исследований; содержание и методы статистического анализа маркетинговой информации.
	Уметь:использовать информацию, полученную в результате стратегического анализа предприятия, а также маркетинговых исследований для подготовки и принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности предприятия.
	Владеть:методами стратегического анализа, а также анализа не формализуемой и статистической информации, умением интерпретировать результаты анализа и формировать управленческие выводы.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.17 Маркетинг, Б.1.12 Макроэкономика, Б.1.23 Экономика предприятия (организации)	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.17 Маркетинг	Знать способы и стратегии охвата рынка, методику маркетинговых исследований; Уметь определять перспективные направления использования современных технологий применительно к конкретному предприятию, Владеть навыками сегментации рынка по новым и существующим продуктам предприятия.
Б.1.12 Макроэкономика	Знать закономерности функционирования современной экономики на макро- уровне; Уметь выявлять тенденции изменения социально-

	экономических показателей, Владеть навыками нахождения компонентов рыночной среды.
Б.1.23 Экономика предприятия (организации)	Знать методы ценообразования, Уметь использовать источники экономической, социальной, финансовой информации; Владеть методологией экономического исследования.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		9	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12	
Лекции (Л)	4	4	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	96	96	
Подготовка к практическим задачам	20	20	
Подготовка КТ1	12	12	
Подготовка к экзамену	24	24	
Подготовка КТ3	12	12	
Подготовка КТ4	14	14	
Подготовка КТ2	14	14	
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Конкуренция и конкурентоспособность	3	1	2	0
2	Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Обзор существующих методов	6	2	4	0
3	Разработка плана исследования, сбор, подготовка и анализ данных	3	1	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Конкуренция и конкурентоспособность: теоретические основы	1
1,2	2	Поисковые и дескриптивные (описательные) маркетинговые исследования (наблюдение и обследование).	2
2	3	Маркетинговое исследование	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Применение модели 5 сил М.Портера на практике.	2
2	2	Взаимосвязь видов исследования. Цели и формы поискового и дескриптивного исследования. Источники и типы ошибок	2
3	2	Матрица БКГ: особенности использования	2
4	3	Парная регрессия. Кластерный анализ. Интерпретация результатов	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям	пункт 8 данной рабочей программы	20
Подготовка КТ1	пункт 8 данной рабочей программы	3
подготовка КТ4	пункт 8 данной рабочей программы	3
Подготовка к экзамену	пункт 8 данной рабочей программы	64
подготовка КТ3	пункт 8 данной рабочей программы	3
Подготовка КТ2	пункт 8 данной рабочей программы	3

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Мультимедийные лекции	Лекции	Мультимедийные лекции по всем разделам курса	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов	Контролируемая компетенция ЗУНЫ	Вид контроля	№№
-----------------------	---------------------------------	--------------	----

дисциплины		(включая текущий)	заданий
Конкуренция и конкурентоспособность	ПК-9 способностью 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	Контрольная точка 1	задание КТ1
Все разделы	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы к экзамену
Все разделы	ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы к экзамену
Все разделы	ПК-9 способностью 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	Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы к экзамену
Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. Обзор существующих методов	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Контрольная точка 3	задание КТ3
Разработка плана исследования, сбор, подготовка и анализ данных	ПК-9 способностью 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	Контрольная точка 2	Задание КТ2
Все разделы	ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные	Контрольная точка 4	тест КТ4

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Контрольная точка 1	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, 25-13/09 от 10.03.2022).</p> <p>Каждый студент выбирает объект исследования - предприятие, по которому планируется написание ВКР. Проводится анализ стратегических зон хозяйствования (СЗХ), представляется матрица Бостонской Консалтинговой группы (БКГ). Максимальная оценка за задание: 5 баллов</p> <p>Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено аккуратно - 5 баллов</p> <p>Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено небрежно - 4 балла</p> <p>Задание выполнено правильно, пояснения к решению отсутствуют, сдано позже установленного срока - 3 балла</p> <p>Задание сдано своевременно, но содержит ошибки - 2 балла</p> <p>Задание выполнено не в соответствии с поставленной задачей - 1 балл</p> <p>Задание не представлено - 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 0,25</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 %</p> <p>Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 %</p> <p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 %</p> <p>Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
Мероприятие промежуточной аттестации	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Студент может оставить себе сформированную оценку или повысить рейтинг, пройдя мероприятие промежуточной аттестации. Мероприятие промежуточной аттестации не является обязательным и служит для повышения рейтинга студента. Мероприятие промежуточной аттестации проводится во время экзамена в устной форме, по билетам, в билете 2 вопроса по темам дисциплины. Время подготовки ответа на вопросы - 1 час. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, , 25-13/09 от 10.03.2022).</p> <p>Критерии оценивания: полный и верный ответ на каждый вопрос - 2 балла; частично верный ответ на каждый вопрос - 1 балл. Максимальное количество баллов за экзамен 4 балла.</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 %</p> <p>Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %</p> <p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %</p> <p>Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %</p>
Контрольная точка 2	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося</p>

	<p>оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, , 25-13/09 от 10.03.2022). Каждый студент выбирает объект исследования - предприятие, по которому планируется написание ВКР. Проводится анализ конкуренции в соответствии с моделью пяти сил Майкла Портера. Максимальная оценка за задание: 5 баллов Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено аккуратно - 5 баллов Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено небрежно - 4 балла Задание выполнено правильно, пояснения к решению отсутствуют, сдано позже установленного срока - 3 балла Задание сдано своевременно, но содержит ошибки - 2 балла Задание выполнено не в соответствии с поставленной задачей - 1 балл Задание не представлено - 0 баллов Весовой коэффициент мероприятия - 0,25</p>	<p>85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
<p>Контрольная точка 3</p>	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, , 25-13/09 от 10.03.2022). Каждый студент выбирает объект исследования - предприятие, по которому планируется написание ВКР. Проводится SWOT-анализ. Максимальная оценка за задание: 5 баллов Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено аккуратно - 5 баллов Задание выполнено правильно, с необходимыми пояснениями, сдано в установленный срок, оформлено небрежно - 4 балла Задание выполнено правильно, пояснения к решению отсутствуют, сдано позже установленного срока - 3 балла Задание сдано своевременно, но содержит ошибки - 2 балла Задание выполнено не в соответствии с поставленной задачей - 1 балл Задание не представлено - 0 баллов Весовой коэффициент мероприятия - 0,25.</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
<p>Контрольная точка 4</p>	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, , 25-13/09 от 10.03.2022). Тест по содержанию лекций по итогам курса. Тестирование проводится по содержанию лекций по итогам курса. Два варианта по 3 вопросов, тест закрытого типа. Максимальное количество баллов – 3. Весовой коэффициент мероприятия – 0,25. Критерии начисления баллов: количество полученных баллов равно количеству правильных</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Контрольная точка 1	Проведите анализ стратегических зон хозяйствования (СЗХ), представьте матрицу Бостонской Консалтинговой группы (БКГ).
Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы для подготовки к экзамену представлены во вложении вопросы к экзамену.docx
Контрольная точка 2	Задание 2. Выберите организацию. Составьте матрицу БКГ: укажите особенности использования.
Контрольная точка 3	По выбранному ранее предприятию, провести SWOT-анализ.
Контрольная точка 4	Верно ли утверждение, что "Конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia», означающему «столкновение», «соствязание»?

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика Текст учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с.
2. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. ил.
3. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования [Текст] пер. с англ.: Н. Амид, С. Бородина, Н. Габенов и др.; Под общ. ред. И. В. Крылова. - СПб.: Питер, 2001. - 748 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2002-
2. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст] учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова и др.; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 314, [1] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования ,ЗАО "Издат. дом Гребенникова"; журналы № 1-6 с 2010-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302
2. Маркетинг в России и за рубежом, ЗАО "Финпресс", журналы № 1-6 с 2009-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302
3. Маркетинговые коммуникации ,ЗАО "Издат. дом Гребенникова", журналы № 1-6 с 2013-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : метод. указания для направлений "Экономика" и "Менеджмент" / И. В. Смирнова ;

под ред. Н. С. Дзензелюк ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Экономика пром-сти и упр. проектами ; ЮУрГУ

http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000560202

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : метод. указания для направлений "Экономика" и "Менеджмент" / И. В. Смирнова ; под ред. Н. С. Дзензелюк ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Экономика пром-сти и упр. проектами ; ЮУрГУ

http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000560202

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации: Практикум : учебное пособие / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Складар. — Москва : Дашков и К, 2020. — 196 с https://e.lanbook.com/book/229463
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — Москва : Дашков и К, 2021. — 440 с. https://e.lanbook.com/book/229457

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Экзамен	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска
Контроль самостоятельной	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду

работы		университета
Практические занятия и семинары	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска
Лекции	265 (3)	ПК, проектор, экран