

Автор: д.э.н., проф. Философова Т.Г.

I. Название дисциплины – Конкурентный маркетинг и бенчмаркинг(в бизнесе)

II. Шифр дисциплины (присваивается Управлением академической политики и организации учебного процесса)

III. Цели и задачи дисциплины:

A. Цели дисциплины: способствовать формированию основных компетенций в области теории и практики маркетингового управления фирмой в условиях конкурентных рынков, теоретических и практических знаний и умений в области противостояния бизнеса глобальной конкуренции, применения стратегических и тактических маркетинговых инструментов для формирования конкурентных преимуществ компаний на рынках.

Б. Задачи дисциплины: В ходе изучения дисциплины ставятся задачи: раскрыть сущность конкуренции; показать особенности развития конкурентных рынков; заложить теоретическую основу для формирования современного экономического мышления.

IV. Место дисциплины в структуре ООП:

A. Информация об образовательном стандарте и учебном плане:

ФБ – бакалавр ФГОС

Направление подготовки – менеджмент

Наименование учебного плана: направление 080200.62 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» соответствует ФГОС бакалавра по направлению 080200.62 «Менеджмент»

Профиль подготовки – маркетинг

Б. Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане:

— Дисциплина по выбору;

— курс - четвертый;

— семестр – седьмой;

Г. Общая трудоемкость– 108

Д. Форма итоговой аттестации – экзамен;

V. Формы проведения занятий:

A. Для дисциплин:

— форма занятий с указанием суммарной трудоемкости по каждой форме:

лекции - 18;

практические занятия(семинары)-18

лабораторная работа - 0;

самостоятельная работа - 72;

VI. формы текущего контроля: самостоятельные работы, презентации, доклады

Распределение трудоемкости по разделам и темам» а также формам проведения занятий с указанием форм текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин / Наименование разделов (этапов) практики	Трудоемкость (в ак.часах) по формам занятий (для дисциплин) и видам работ (для практик)			Самостоятельная работа	Формы контроля
		Аудиторная работа (с разбивкой по формам и видам)				
		Лекции	Практические занятия (семинары) / Полевые работы	Лабораторная работа / Камеральная работа		
1	Сущность и значение конкуренции в современном бизнесе. Конкурентоспособность,	4	4		18	

	основные конкурентные стратегии компаний					
2	Основы теории и практики формирования конкурентных преимуществ на рынке, инструменты управления конкурентоспособностью компании	5	5	0	18	
3	Современные проблемы применения маркетинговых инструментов формирования конкурентоспособности международных компаний	5	5	0	18	Аттестация
4	Особенности конкуренции и применения маркетинговых инструментов в условиях нестабильности и мировой экономики	4	4	0	18	
	Итого	18	18	0	72	экзамен

VII. Содержание дисциплины по разделам и темам -аудиторная и самостоятельная работа:

РАЗДЕЛ 1.СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ

1.1. Конкуренция как экономическая категория. Эволюция теории конкуренции в науке. Конкуренция и конкурентоспособность.

1.2. Конкуренция в бизнесе. Роль субъектов бизнеса в формировании конкурентной среды.

1.3. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью на современных рынках. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Инновации, как предпосылка формирования долгосрочной конкурентоспособности..

1.4. Формирование и функционирование рынка. Рынок как внешняя среда, границы рынка.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА РЫНКЕ, ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОМПАНИИ

2.1. Конкурентные силы рынка. Типология входных барьеров.

2.2. Типология стратегий, используемых в деятельности фирмы. Общие стратегии конкуренции.

2.3. Конкурентные стратегии и эволюция отрасли. Место конкурентной стратегии в общей стратегии компании

2.4. Виды конкурентных стратегий, их характеристика и особенности: наступательная стратегия, оборонительная стратегия и др. Факторы, определяющие выбор стратегии. Механизмы реализации.

РАЗДЕЛ 3. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

3.1. Основные проблемы конкурентных действий субъектов бизнеса, пути и возможности их преодоления. Партнерские взаимоотношения и сотрудничество. Роль маркетинга

3.2. Основные маркетинговые инструменты, формирующие конкурентные преимущества на современных рынках. Цепочка создания стоимости и конкурентные преимущества. Преимущества в издержках. Дифференциация. Возможности и ограничения применения.

РАЗДЕЛ 4. ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ И ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

4.1. Конкуренция на различных этапах развития рынков. Ее особенности, возможности, угрозы для субъектов бизнеса. Особенности конкурентного поведения компаний в рамках отрасли. Позиционирование как важный элемент формирования долгосрочной конкурентоспособности в международном бизнесе.

4.2. Маркетинговые исследования, как инструмент формирования конкурентных преимуществ, особенности в период нестабильности экономики. Анализ товарного ассортимента, разработка ценовых стратегий, особенности продвижения и распределения товара. Конкурентная разведка. Эволюция отрасли и прогнозирование.

4.3. Новые технологии международного бизнеса как инструмент формирования конкурентоспособности на современных рынках. Услуги, как фактор повышения конкурентоспособности субъекта.

VIII. Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины по видам компетенций:

в организационно-управленческой деятельности: способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировании и осуществлении мероприятий по ее реализации (ПК-10); готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15).

в информационно-аналитической деятельности: знание экономических основ поведение организаций (ПК-30); умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований (ПК-36).

IX. Используемые образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии:

А. Образовательные технологии – рецензирование литературных источников,

доклады на семинарах, проведение совместных исследований, представление (презентация) коллективных разработок;

Б. Научно-исследовательские технологии - обобщение результатов научных исследований российских и зарубежных ученых; группировка статистических данных по развитию экономических объектов;

В. Научно-производственные технологии – проведение «мозговой атаки» в целях выявления коллективной точки зрения на события, явления; обработка временных рядов с целью выявления трендов.

Х. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, оценочные средства контроля успеваемости и промежуточной аттестации:

А. Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов: использовать свои экспериментальные расчеты по рассматриваемым вопросам, представлять при презентации своих разработок раздаточный материал на CD-дисках или других носителях.

Б. Примерный список заданий для проведения текущей и промежуточной аттестации (темы для докладов; рефератов, презентаций и др. - по видам заданий):

Объекты для выполнения самостоятельных работ:

А. Эволюция теорий конкуренции

Б. Маркетинговые инструменты формирования конкурентоспособности компании

В. Маркетинг и конкуренция

Г. Маркетинговые исследования, их роль в формировании конкурентоспособности компании

Д. Маркетинговые инструменты формирования конкурентоспособности малого бизнеса

В. Примерный список вопросов для проведения текущей и промежуточной аттестации:

1. Конкуренция, ее роль в рыночной экономике

2. Маркетинговые инструменты и конкуренция

3. Конкурентные преимущества низкого и высокого ранга

4. Конкурентные стратегии

5. Методы оценки конкурентоспособности товара

XI. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

А. Основная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);

Б. Дополнительная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы – с выделением подразделов;

№ п/п	Автор	Название книги / статьи	Отв. редактор (для коллективных работ)	Место издания	Издательство	Год задания	Название журнала (сборника)	Том (выпуск) журнал / сборника	Номер журнала
1	Портер М.	Конкурентная стратегия		Москва	М.: Альпина Бизнес Букс	2005			
2	Философова Т.Г.	На пути в мировое хозяйство: инновации, инвестиции,		Москва	М.: Научная книга,	2007			

		конкурентоспособность							
3	Филосоfoва Т.Г., Быков В.А	Конкуренция, инновации, конкурентоспособность		Москва	ЮНИТИ-ДАНА	2008			

ХII. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- А. Помещения – на одну-две группы;
- Б. Оборудование – компьютерный класс.