

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего профессионального образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО

/ Заведующий кафедрой
Горбунов С.И.
« » 2013 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
/Дудникова Е.Б./
« » 2013 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

Направление подготовки **080200.62 Менеджмент**

Профиль подготовки **Производственный менеджмент (пищевой промышленности)**

Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**

Нормативный срок обучения **4 года**

Форма обучения **Очная**

	Всего	Количество часов							
		в т.ч. по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	3						3		
Общее количество часов	108						108		
Аудиторная работа – всего, в т.ч.:	54						54		
лекции	18						18		
лабораторные	X						X		
практические	36						36		
Самостоятельная работа	54						54		
Количество рубежных контролей	3						3		
Форма итогового контроля	x						Э		
Курсовой проект (работа)	x						x		

Разработчик: ассистент, Рябова А.И.

Рябова А.И.
(подпись)

Саратов 2013

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков в принятии управленческих решений, позволяющих повысить конкурентоспособность организаций.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» относится к части дисциплин по выбору студента профессионального цикла.

Дисциплина базируется на знаниях, имеющихся у студентов при получении знаний по дисциплинам «Экономика предприятия (АПК)», «Стратегический менеджмент».

Для качественного усвоения дисциплины студент должен:

- знать: основные теоретические положения экономики предприятий, теорию менеджмента, маркетинг, этапы маркетинговых исследований.
- уметь: проводить анализ рынка.

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» является базовой изучения дисциплины «Маркетинговые исследования».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе изучения дисциплины

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» направлена на формирование у студентов профессиональной компетенции: знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23).

В результате освоения дисциплины студент должен:

- *Знать*: основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности, пути повышения уровня конкурентоспособности организации, методы анализа (SWOT, бенчмаркинг, метод построения конкурентной карты рынка и др.), методики оценки конкурентоспособности организации.

- *Уметь*: оценивать конкурентоспособность товара, разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности, анализировать конкурентную среду, разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности организации и обосновывать их выбор, разрабатывать с учётом маркетинговых данных перспективные планы развития организации.

- *Владеть*: специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью, навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике; методиками оценки конкурентоспособности организации, анализа конкурентной среды, методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов, из них аудиторная работа – 54 ч., самостоятельная работа – 54 ч.

Таблица 1

Структура и содержание дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Аудиторная работа			Самосто ятельная работа	Контроль знаний		
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Вид	Форма	max балл
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6 семестр									
1.	Общетеоретические сведения об управлении конкурентоспособностью организации. Понятие и функции конкуренции на рынке. Классификация конкуренции.	1	Л	Т	2		ВК	ПО	5
2.	Конкурентоспособность как экономическая категория. Конкурентные преимущества товаров. Иерархия конкурентоспособности объектов	1	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО	
3.	Конкурентоспособность как экономическая категория. Конкурентные преимущества предприятия. Эволюция концепции конкурентоспособности.	2	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО	
4.	Механизм управления конкурентоспособностью организации. Система управления конкурентоспособностью товара. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности. Критерии конкурентоспособности.	3	Л	Т	2			КЛ	
5.	Подходы к управлению конкурентоспособность товара. Определение конкурентных преимуществ непродовольственных товаров.	3	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
6.	Подходы к управлению конкурентоспособность товара. Определение конкурентных преимуществ продовольственных товаров.	4	ПЗ	МК	2	2	ТК	ПО	
7.	Иерархическая структура конкурентоспособности. Уровни изучения конкурентоспособности. Теоретические положения конкурентоспособности на уровне предприятия.	5	Л	Т	2			КЛ	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	Проведение SWOT-анализа предприятия. Стратегии охвата рынков. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.	5	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
9.	Проведение SWOT-анализа предприятия. Определение конкурентных преимуществ. SWOT-анализ.	6	ПЗ	МК	2	5	РК	УО	8
10.	Методы управления факторами конкурентоспособности организации. Методические основы оценки конкурентоспособности.	7	Л	Т	2				
11.	Факторы конкурентоспособности товаров. Определение уровня качества товаров. Борьба с копированием брендов. Оценка рыночной новизны товаров.	7	ПЗ	Т	2	2		УО	
12.	Факторы конкурентоспособности товаров. Определение уровня качества товаров.	8	ПЗ	Т	2	2			
13.	Методы управления факторами конкурентоспособности организации. Оценка конкурентоспособности товаров. Принципы оценки конкурентоспособности объектов.	9	Л	Т	2			КЛ	
14.	Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров. Оценка уровня конкурентоспособности товара.	9	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
15.	Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров. Оценка потребительской привлекательности товара.	10	ПЗ	Т	2	3	ТК	УО	
16.	Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации. Понятие стратегии и виды конкурентных стратегий организаций. Формирование целей и выбор стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.	11	Л	Т	2			КЛ	
17.	Оценка привлекательности рынка по модели пяти сил конкуренции Портера. Модель пяти сил Портера.	11	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
18.	Оценка привлекательности рынка по модели пяти сил конкуренции Портера. Оценка веса и силы факторов конкуренции методом экспертных оценок и расчет степени влияния сил конкуренции.	12	ПЗ	ДИ	2	5	РК	УО	9
19.	Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации. Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.	13	Л	Т	2			КЛ	
20.	Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации. Виды конкурентных стратегий организаций, обоснование выбора.	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
21.	Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.	14	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Основные этапы стратегии повышения конкурентоспособности предприятия								
22.	Основные подходы к повышению конкурентоспособности организации. Реинжиниринг бизнес-процессов.	15	Л	Т	2			КЛ	
23.	Оценка уровня использования маркетингового потенциала организации.	15	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
24.	Оценка уровня использования маркетингового потенциала организации.	16	ПЗ	Т	2	3	ТК	УО	
25.	Основные подходы к повышению конкурентоспособности организации. Метод бенчмаркинга.	17	Л	Т	2			КЛ	
26.	Прогнозирование, стимулирование повышения уровня конкурентоспособности продукции и предприятия	17	ПЗ	МК	2	2	ТК	Т	
27.	Итоговое занятие. Основные пути повышения конкурентоспособности организации. Заслушивание и обсуждение рефератов.	18	ПЗ	ПК	2	5 7	РК ТР	УО Р	8 8
	Выходной контроль						Вых К	Э	16
Итого:					54	54			54

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: ПК – лекция-пресс-конференция (занятие пресс-конференция), Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, ДИ – деловая игра, МК – метод кейсов.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческий рейтинг, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, Т – тестирование, КЛ – конспект лекции, Р – реферат, Э – экзамен.

5. Образовательные технологии

Для успешной реализации образовательного процесса по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» и повышения его эффективности используются как традиционные педагогические технологии, так и методы активного обучения: занятие пресс-конференция, метод кейсов, деловая игра.

Удельный вес занятий, проводимых с использованием активных и интерактивных методов обучения, в целом по дисциплине составляет не менее 25,9 % аудиторных занятий.

6. Оценочные средства для проведения входного, рубежного и выходного контролей

Вопросы входного контроля

1. Экономические (вмененные) издержки: понятие и виды.
2. Организационно-правовые формы организаций; краткая характеристика.
3. Отличия коммерческих от некоммерческих организаций.

4. Рентабельность: понятие, виды.
5. Основные принципы деятельности организации.
6. Определение бизнес-плана, цели и основные субъекты бизнес-планирования.
7. Понятия « стратегические цели организации» и « операционные цели организации». Примеры.
8. Содержание понятия «среда организации».
9. Отличие внешней среды организации от внутренней среды.

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Понятие «конкуренция». Краткая характеристика основных функций конкуренции.
2. Критерий конкурентоспособности организации: понятие и его отличие от факторов конкурентоспособности.
3. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности организации.
4. Иерархическая структура конкурентоспособности по Г. Азоеву и А. Челенкову и по М. Гельвановскому.
5. Понятия конкурентоспособности страны, региона, отрасли, кластера.
6. Понятие конкурентоспособности предприятия. Основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности организации.
7. Факторы конкурентного преимущества организации.
8. Краткая характеристика методов конкуренции.
9. Виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей.
10. Четыре направления конкуренции по Ф. Котлеру.
11. Характеристика совершенной конкуренции.
12. Характеристика несовершенной конкуренции.
13. Основные черты монополистической конкуренции:

Вопросы для самостоятельного изучения

1. СТЕР-анализ.
2. Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства объектов.
3. Возможности и угрозы предприятия;
4. Классификация конкурентных стратегий.
5. Конкурентоспособность и качество товаров и услуг: два уровня управления.
6. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
7. Метод бенчмаркинг.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Определение понятия «управление конкурентоспособностью». Структурная схема системы управления конкурентоспособностью.
2. Основные цели управления организацией (предприятием). Классы целей управления конкурентоспособностью.
3. Основные этапы оценки конкурентоспособности объектов (предприятия, товара и др.).
4. Этапы процесса управления конкурентоспособностью объекта.
5. Общие и специфические функции управления конкурентоспособностью объектов.
6. Область применения различных методов конкурентоспособности товаров.
7. Особенности методики оценки по системе 11111-55555.
8. Суть экспертной оценки конкурентоспособности товаров.
9. Особенности оценки конкурентоспособности однопараметрического товара.
10. Содержание матрицы Нильсена.
11. Порядок проведения экспертной оценки конкурентоспособности товара.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
2. Модель пяти сил Портера.
3. Бренд-стратегия: этапы её формирования и влияние на конкурентоспособность товара.
4. Корпоративный стиль: понятие и основные составляющие. Примеры предприятий успешно использующих корпоративный стиль (2-3 примера с указанием элементов корпоративного стиля).
5. Метод конкурентной разведки.
6. Метод МакКинзи в оценке конкурентоспособности организации.
7. Наступательные и оборонительные стратегии.
8. Оценка эффективности конкурентных стратегий.
9. Сильные и слабые стороны предприятия.
- 10.** Стратегии охвата рынка
11. Структурные компоненты внешней и внутренней среды предприятия;
12. Факторы конкурентоспособности отрасли.
13. Факторы конкурентоспособности продукции.

Вопросы рубежного контроля № 3

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Понятие «стратегия» и «конкурентная стратегия».
2. Типы конкурентных стратегий по Ф. Котлеру.
3. Пять видов конкурентных стратегий по Азову Г.Л.
4. Виды конкурентных стратегий по Ефремову В.С. и их характеристика.

5. Характеристика стратегий по М. Портеру.
6. Компоненты механизма реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.
7. Понятие реинжиниринга бизнес-процессов. Цель и способы применения реинжиниринга бизнес-процессов.
8. Базовые принципы, положенные в основу реинжиниринга бизнес-процессов. Причины возникновения реинжиниринга.
9. Основные различия между усовершенствованием и реинжинирингом бизнеса.
10. Последствия и случаи применения реинжиниринга предприятиями.
11. Понятие бенчмаркинга. Объект и цели применения бенчмаркинга.
12. Типы бенчмаркинга и их краткая характеристика.
13. Этапы выполнения работ по планированию бенчмаркинга-проекта.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Предприятия лидеры и аутсайдеры: понятие и краткая характеристика.
2. Конкурентная карта рынка.
3. Критерии, отнесения предприятий к аутсайдерам, к лидерам.
4. Требования к качеству товаров в законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
5. Основные положения закона РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

Вопросы выходного контроля

1. Понятие «конкуренция». Краткая характеристика основных функций конкуренции.
2. Краткая характеристика методов конкуренции.
3. Виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей.
4. Четыре направления конкуренции по Ф. Котлеру.
5. Характеристика совершенной конкуренции.
6. Характеристика несовершенной конкуренции.
7. Основные черты монополистической конкуренции:
8. Определение понятия «управление конкурентоспособностью».
- Структурная схема системы управления конкурентоспособностью.
9. Основные цели управления организацией (предприятием). Классы целей управления конкурентоспособностью.
10. Критерий конкурентоспособности организации: понятие и его отличие от факторов конкурентоспособности.
11. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности организации.

12. Иерархическая структура конкурентоспособности по Г. Азоеву и А. Челенкову и по М. Гельвановскому.
13. Понятия конкурентоспособности страны, региона, отрасли, кластера.
14. Понятие конкурентоспособности предприятия. Основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности организации.
15. Факторы конкурентного преимущества организации.
16. Основные этапы оценки конкурентоспособности объектов (предприятия, товара и др.).
17. Этапы процесса управления конкурентоспособностью объекта.
18. Общие и специфические функции управления конкурентоспособностью объектов.
19. Область применения различных методов конкурентоспособности товаров.
20. Особенности методики оценки по системе 11111-55555. Содержание матрицы Нильсена.
21. Суть экспертной оценки конкурентоспособности товаров.
22. Особенности оценки конкурентоспособности однопараметрического товара.
23. Порядок проведения экспертной оценки конкурентоспособности товара.
24. Типы конкурентных стратегий по Ф. Котлеру.
25. Виды конкурентных стратегий по Ефремову В.С. и по Азову Г.Л. Их характеристика.
26. Характеристика стратегий по М. Портеру.
27. Понятие «стратегия» и «конкурентная стратегия». Компоненты механизма реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.
28. Понятие реинжиниринга бизнес-процессов. Цель и способы применения реинжиниринга бизнес-процессов.
29. Базовые принципы, положенные в основу реинжиниринга бизнес-процессов. Причины возникновения реинжиниринга.
30. Различия между усовершенствованием и реинжинирингом бизнеса. Результаты применения реинжиниринга предприятиями.
31. Понятие бенчмаркинга. Типы бенчмаркинга. Объект и цели применения бенчмаркинга.
32. Этапы выполнения работ по планированию бенчмаркинга-проекта.
33. Основные положения закона РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
34. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
35. Модель пяти сил Портера.
36. Бренд-стратегия: этапы её формирования и влияние на конкурентоспособность товара.

37.Корпоративный стиль: понятие и основные составляющие. Примеры предприятий успешно использующих корпоративный стиль (2-3 примера с указанием элементов корпоративного стиля).

38.Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства объектов.

39. Конкурентоспособность и качество товаров и услуг: два уровня управления.

40.Матрица Бостонской консалтинговой группы.

41.Метод МакКинзи в оценке конкурентоспособности организации.

42.STEP-анализ.

43.Метод бенчмаркинг.

44.Метод конкурентной разведки.

45.Структурные компоненты внешней и внутренней среды предприятия;

46.Возможности и угрозы предприятия;

47.Сильные и слабые стороны предприятия.

48.Наступательные и оборонительные стратегии.

49.Оценка эффективности конкурентных стратегий.

50.Классификация конкурентных стратегий.

Темы рефератов

1. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности организации.

2. Издержки производства продукции и производительность труда как факторы конкурентоспособности товаров.

3. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности организации.

4. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности.

5. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров.

6. Роль вступления России в ВТО в обеспечении конкурентоспособности отечественных товаров и услуг.

7. Производственные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.

8. Рыночные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.

9. Сбытовые и сервисные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.

10. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности организации.

11. Программно – целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности объекта организации.

12. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала организации.

13. Классические теории международной конкуренции: Теория Хекшера-Олина (1919, 1933). Парадокс Леонтьева (1953).
14. Классические теории международной конкуренции: Теория сходства между странами С. Линдера (1961). Теория жизненного цикла товара Р. Вернона (1966).
15. Классические теории международной конкуренции: Теория экономии на масштабе П. Кругмана и К. Ланкастера (1979).
16. Конкурентные стратегии сельскохозяйственных предприятий.
17. Конкурентные стратегии предприятий сферы услуг.
18. Современные теории международной конкуренции: Факторная модель Д. Чо (1994). Этапная модель Д. Чо и Х. Муна (1998)
19. Современные теории международной конкуренции: Теория «двойных» конкурентных преимуществ Х. Муна, А. Ругмана и А. Вербеке (1998).
20. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей.

Темы курсовых работ

Не предусмотрено.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Дубровин, И.А.** Маркетинговые исследования: учебное пособие./ И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2009. - 276 с. - ISBN 978-5-394-00524-4
2. **Капон, Н.** Управление маркетингом: учебник для вузов. / Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. - СПб.: Питер, 2010. - 832 с. - ISBN 978-5-49807-068-1.
3. **Панкрухин, А.П.** Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для вузов, допущено МО РФ, для студентов вузов, по спец. «Маркетинг» / А. П. Панкрухин. - 6-е изд., стер. - Электрон. текстовые дан. - М.: Омега-Л, 2009. - 656 с. - ISBN 978-5-370-00969-3.
4. **Годин, А.М.** Маркетинг: учебник для студ. вузов по напр. подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация - бакалавр); рек. МОН РФ / А.М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02253-1.

б) дополнительная литература

1. **Муромцев, Ю.Л.** Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учебное пособие / Д.Ю. Муромцев, Ю.Л. Муромцев, В.М. Тютюнник, О.А. Белоусов, – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 96 с. – ISBN 978-5-8265-0642-4.

2. **Ильина, В.Н.** Конкуренция [Электронный ресурс]: учебное пособие./ В.Н. Ильина. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2008. - ISBN 978-5-904000-85-1

3. **Дубровин, И.А.** Маркетинговые исследования: учебное пособие./ И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2008. - 276 с. - ISBN 978-5-91131-309-8.

4. **Фатхутдинов, Р.А.** Управление конкурентоспособностью организации: учебник./ Р.А. Фатхутдинов, – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2008. – 544 с. – ISBN 5-699-11080-1.

5. **Чайникова, Л.Н.** Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие./ Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников, – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с. – ISBN 5-8265-0568-0 (978-5-8265-0568-7).

6. **Широкова, Г.В.** Управление организационными изменениями./ Г.В. Широкова. – СПб.: Изд. Дом СПбГУ, 2005. – 432 с. - ISBN 5-288-03648-9.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Агропоиск, полнотекстовая база данных иностранных журналов Doal, поисковые системы Rambler, Yandex, Google:

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей" с изм и дополнениями. / Справочная правовая система «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/files/popular/000037.zip>

2. ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу». М.: Госстандарт России, 2003. Утверждён и введён в действие. Постановлением Госстандарта России от 11 августа 1999 г. № 244-ст/ Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/text/GOSTR5130599Roznichnayato.html>

3. **Дюков, И.И.** Управление конкурентоспособностью компании. Учебное пособие. / И.И. Дюков, – СПб: СПбГУ ИТМО, 2011. – 100с [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/841.pdf>

4. **Ильин, А.И.** Экономика предприятия. Краткий курс./ А.И. Ильин, Мн.: Новое знание, 2007. — 236 с. - ISBN: 978-985-475-432-7. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ221.htm>

5. **Лифиц, И.М.** Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник./ И.М. Лифиц, - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2009. — 464 с. - ISBN 978-5-9692-0464-5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark052.htm>

6. **Мазилкина, Е.И.** Управление конкурентоспособностью./ Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина - М.: 2009. — 328 с. - ISBN 978-5-370-01233-4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man197.htm>

7. **Фатхутдинов, Р.А.** Управление конкурентоспособностью организации: учебник. / Р.А. Фатхутдинов, - 2-е изд., испр. и доп. - М.: 2005. — 544 с. – ISBN 5-699-11080-1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man023.htm>

8. **Чайникова, Л.Н.** Конкурентоспособность предприятия./ Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников, - Тамбов: ТГТУ, 2007. — 192 с. — ISBN 5-8265-0568-0 (978-5-8265-0568-7). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://dwl2.alleng.ru/d_ar/econ/econ096.zip

9. Конкурентоспособность товара. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятия используется следующее материально-техническое обеспечение: комплект мультимедийного оборудования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООп ВПО по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент.