

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.01 Конкурентные стратегии бизнеса

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.04.02.08 Инновационный менеджмент и технологии цифрового
маркетинга

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Якимова Екатерина Андреевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Дисциплина «Конкурентные стратегии бизнеса» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) является дисциплиной по выбору «Дисциплины (модули)» программы подготовки магистров 38.04.02.06 «Маркетинг».

Предметом изучения дисциплины является система теоретических знаний и практических навыков для выбора конкурентной стратегии бизнеса, разработки комплекса маркетинговых решений и формирование конкурентной стратегии в целях эффективного управления деятельностью компании на основе маркетинга в соответствии с современными международными требованиями.

В процессе освоения дисциплины, обучающиеся должны усвоить:

систему конкурентных стратегий компании, разрабатываемых на различных уровнях управления,

стратегические инструменты формирования конкурентной стратегии управления (модели и стратегические матрицы) для оценки потенциала компании, выбора конкурентной позиции, управления потребительской лояльностью,

технологии формирования конкурентной стратегии для обеспечения конкурентного преимущества и разработки комплекса стратегических мероприятий компании по достижению целей,

механизмы управления товарными рынками, ценовой политикой предприятия, системами сбыта и распределения продукции, системой продвижения продукции на рынки (новая продукция, новые рынки).

1.2 Задачи изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины магистранты приобретают знания, умения и навыки, необходимые для их профессиональной практико-ориентированной или производственно-технологической деятельности в качестве менеджера высшей квалификации, и готовы решать следующие профессиональные задачи:

в рамках организационно-управленческой деятельности:

разрабатывать конкурентные стратегии в соответствии с базовыми стратегиями развития организаций;

в рамках аналитической деятельности:

осуществлять поиск, анализ и оценку информации для выбора конкурентных стратегических альтернатив, подготовки и принятия решений по элементам комплекса маркетинга;

проводить оценку эффективности и успешности реализации конкурентных стратегий;

в рамках научно-исследовательской деятельности:

разрабатывать модели оценки рыночного потенциала, освоения рыночной доли и завоевание конкурентной стратегии.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	
ОПК-1.1: Знать методы решения профессиональных задач на продвинутом уровне в сфере экономической,	особенности применения инструменты конкурентного стратегического анализа и планирования; определять приоритетные маркетинговые цели для достижения целей конкурентной стратегии и разрабатывать альтернативные варианты их достижения навыками применения современного инструментария планирования конкурентной стратегии предприятия
ОПК-1.2: Уметь применять инновационные подходы для решения экономических, организационных и управленческих задач.	основные принципы выбора стратегических альтернатив для обеспечения заданного уровня конкурентоспособности, целесообразности и допустимого уровня рисков, связанных с разработкой и реализацией конкурентного развития организации применять инструменты стратегического анализа и планирования для разработки конкурентной стратегии организации навыками для работы с иностранными партнерами в контексте международного маркетинга
ОПК-1.3: Владеть навыками обобщения и критического анализа практик управления по направлению менеджмент.	возникающие риски при разработке конкурентной стратегии компании уметь интерпретировать результаты анализа конкурентоспособности для управления организации навыками осуществления внешнеэкономических операций

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=2778>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	3(2.1)		ИТОГО	
	УП	ПП	УП	ПП
Практические	22	22	22	22
Итого ауд.	22	22	22	22

Контактная работа с преподавателем:	22	22	22	22
Самостоятельная работа обучающихся:	50	50	50	50
Часы на контроль	0	0	0	0
Общая трудоемкость дисциплины	72	72	72	72

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Методические подходы к исследованию и разработке конкурентной стратегии									
	1. Методические подходы к исследованию и разработке конкурентной стратегии							15	
	2. 1.1. Дискуссия по открытым вопросам к разделу 1 «*» (А)			1					
	3. 1.2. Кейс 1. Российские конкуренты McDonald's «*» (О)			1,5					
	4. 1.3. Тренинг «Стратегические ошибки управления компанией» «*» (А)			0,5					
	5. Кейс 2. Конкуренция на розничном автомобильном рынке США «*» (О)			1					
2. Конкурентный анализ: методы и средства									
	1. Конкурентный анализ: методы и средства							15	
	2. 2.1. Дискуссия по открытым вопросам к разделу 2 «*» (А)			1					

3. 2.2. Проведение конкурентного анализа «*» (О)			4					
4. 2.3. Тренинг «конкурентные войны, способы достижения конкурентных преимуществ » «*» (А)			2					
5. 2.4. Определение ключевых факторов успеха компании «*» (О)			1					
3. Необходимые и достаточные условия выбора конкурентной стратегии								
1. Необходимые и достаточные условия выбора конкурентной стратегии							10	
2. 3.1. Дискуссия по открытым вопросам к разделу 3 «*» (А)			1					
3. 3.2. Выбор стратегии в типовых условиях «*» (О)			2					
4. 3.3. Анализ стратегического положения фирмы для формирования стратегии «*» (О)			2					
5. 3.4. Выбор стратегии в условиях конкурентной сред) «*» (О)			1					
4. Формирование и оценка эффективности конкурентной стратегии								
1. Формирование и оценка эффективности конкурентной стратегии							10	
2. 4.1. Дискуссия по открытым вопросам к разделу 4 «*» (О)			1					
3. 4.2. Анализ кейса по оценке эффективности стратегии Фабрики 1 «*» (А)			2					
4. 4.3. Оценка эффективности стратегии Фабрика 1 «*» (О)			1					
Всего			22				50	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие для студентов вузов по специальностям "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг"(Москва: Высшее образование).
2. Майкл Портер Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: учебное пособие(Москва: Альпина Паблишер).
3. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга(СПб.: Питер).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Средства Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook)
2. Браузер актуальной версии (Google Chrome, Internet Explorer)

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. www.itcenter.msk.ru – информационная система, имеющая базы данных проектов и технологий;
2. www.inage.ru - база данных научно-технических проектов;
3. www.polpred.com - обзор СМИ;
4. www.gks.ru – Базы данных Федеральной службы государственной статистики;
5. www.krasstat.gks.ru – Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю (Красноярскстат);
6. www.ias-stat.ru - ИАС «Статистика»;
7. www.ebiblioteka.ru - Ист Вью (EastView);
8. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU);
9. <http://grebennikov.ru> - ЭБ Издательского дома «Гребенников»;
10. <http://dvs.rsl.ru> - Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ;
11. <http://www.nelbook.ru> - Электронная библиотека «НЭЛБУК»;
12. www.znaniium.com - Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»;
13. <http://rucont.ru> - Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»;
14. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»;
15. <http://www.portal.euromonitor.com> - Euromonitor International;
16. <http://www.spark-interfax.ru/Front/Index.aspx> - «СПАРК» - система профессионального анализа рынков и компаний.

17. Электронный образовательный курс «Конкурентные стратегии бизнеса»
<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=2778>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Конкурентные стратегии бизнеса» требуется аудитория, обеспеченная:
АРМ (компьютерами) с доступом в локальную сеть СФУ и Интернет.
Проектором для демонстрации презентаций и других визуальных средств.