



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Н.Р. Бальнская

21.02.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

***КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: РИСКИ И
СТРАХОВАНИЕ***

Направление подготовки (специальность)
38.04.01 ЭКОНОМИКА

Направленность (профиль/специализация) программы
Управление рисками и страхование

Уровень высшего образования - магистратура
Программа подготовки - академический магистратура

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Экономики
Курс	2

Магнитогорск
2019 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 ЭКОНОМИКА (уровень магистратуры) (приказ Минобрнауки России от 30.03.2015 г. № 321)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики
17.02.2020, протокол № 3

Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ
21.02.2020 г. протокол № 3

Председатель _____ Н.Р. Бальнская

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры Экономики, канд. пед. наук _____ Т.П. Рахлис

Рецензент:

директор ЮУФ ПАО "САК "ЭНЕРГОГАРАНТ" , канд. филос. наук
_____ С.В. Мальцев

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от 01 сентября 2020 г. № 1
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины состоит в формировании устойчивых знаний в области теории и практики анализа конкурентных преимуществ и управления конкурентоспособностью различных хозяйствующих объектов, в частности страховых компаний.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Конкурентоспособность организации: риски и страхование входит в вариативную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Теоретические и методологические основы бизнеса

Инновации в страховании

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Производственная - преддипломная практика

Рисковые аспекты глобальной экономики

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Конкурентоспособность организации: риски и страхование» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1 способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований	
Знать	– результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; – выявлять перспективные направления исследования в области управления рисками и страхования; – составлять программу исследования;
Уметь	обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; – разбираться в соответствующих моделях и инструментах управления рисками и страхования; – использовать аналитические инструменты, применяемые в современной исследовательской деятельности, в том числе, для подготовки магистерской диссертации, в конкретных экономических работах (публикациях), базовые знания в области управления рисками и страхования, усвоенные в процессе изучения данного курса;
Владеть	– культурой экономического мышления; – способностью к аналитическому восприятию научных и публицистических текстов, навыками самостоятельной исследовательской работы; – навыками работы с информационными источниками, научной литературой по экономической проблематике

ПК-2 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – актуальность избранной темы научного исследования; – теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования в области управления рисками и страхования
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; – применять современные методы экономического анализа, современные программные продукты, позволяющие проанализировать эффективность управления рисками и страхования;
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельной исследовательской работы; – методикой и методологией научных исследований в сфере управления рисками и страхования;
ПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения и понятия, связанные с разработкой программы исследования; – основные методы исследований, используемых в экономике; – основные методы и правила проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять основные этапы исследования; – распознавать эффективное решение от неэффективного в процессе самостоятельного исследования; – объяснять (выявлять и строить) типичные модели экономических процессов и явлений; – применять полученные знания в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне; – корректно выражать и аргументированно обосновывать положения предметной области знания;
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками использования элементов самостоятельного исследования на других дисциплинах, на занятиях в аудитории и на практике; – способами демонстрации умения анализировать ситуацию в процессе самостоятельного исследования; – методами проведения самостоятельного исследования; – навыками и методиками обобщения результатов принятого в ходе самостоятельного исследования решения, экспериментальной деятельности; – способами оценивания значимости и практической пригодности полученных результатов самостоятельного исследования; – возможностью междисциплинарного применения результатов самостоятельного исследования; – профессиональным языком предметной области знания; – способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды;

ПК-4 способностью представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения и понятия, связанные с проведением научного исследования; – основные методы исследований, используемых в экономике; – основные методы и правила представления результатов проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада;
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять основные элементы научной статьи или доклада; – применять полученные в ходе проведенного научного исследования результаты в профессиональной деятельности; использовать их на меж-дисциплинарном уровне; – приобретать знания в области представления результатов проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада; - корректно выражать и аргументированно обосновывать положения предметной области знания;
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками использования элементов научного исследования на других дисциплинах, на занятиях в аудитории и на практике; – способами демонстрации умения анализировать ситуацию в ходе научного исследования; – методами проведения научного исследования; – навыками и методиками обобщения результатов решения, принятого в результате научного исследования, экспериментальной деятельности; – способами оценивания значимости и практической пригодности полученных в ходе научного исследования результатов; – возможностью междисциплинарного применения результатов научного исследования; – основными методами исследования в области экономики, практическими умениями и навыками их использования; – профессиональным языком предметной области знания; – способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды;

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 14,2 акад. часов;
- аудиторная – 10 акад. часов;
- внеаудиторная – 4,2 акад. часов
- в форме практической подготовки – 2 акад. часов;
- самостоятельная работа – 121,1 акад. часов;
- подготовка к экзамену – 8,7 акад. часа

Форма аттестации - курсовая работа, экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Теоретико-методологические аспекты конкуренции	2	1		1	20	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Вопросы для самопроверки	Тестовые задания	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Итого по разделу		1		1	20			
2. Раздел 2								
2.1 Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности	2	1		1/ИИ	20	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Вопросы для самопроверки	Тестовые задания	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Итого по разделу		1		1/ИИ	20			
3. Раздел 3								
3.1 Методы оценки конкурентоспособности	2	3		1/ИИ	61	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Вопросы для самопроверки	Тестовые задания	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Итого по разделу		3		1/ИИ	61			

4. Раздел 4									
4.1	Конкурентная стратегия предприятия	2	1		1	20,1	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Вопросы для самопроверки	Тестовые задания	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Итого по разделу		1			1	20,1			
Итого за семестр		6			4/2И	121,1		экзамен,кр	
Итого по дисциплине		6			4/2И	121,1		курсовая работа, экзамен	ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4

5 Образовательные технологии

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации)

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе обучения.

Практические/лабораторные занятия проводятся в форме практической подготовки в условиях выполнения обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 242 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-09362-9. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/viewer/konkurentosposobnost-tovarov-i-uslug-453042> (дата обращения: 01.09.2020).

2. Управление конкурентоспособностью : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 447 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-03257-4. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-konkurentosposobnostyu-449954> (дата обращения: 01.09.2020).

б) Дополнительная литература:

1 Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 343 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-05140-7. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/viewer/konkurentnye-strategii-sovremennoy-firmy-451422> (дата обращения: 01.09.2020).

2 Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 139 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11498-0. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/viewer/konkurentnye-preimuschestva-i-benchmarking-450666> (дата обращения: 01.09.2020).

в) Методические указания:

Методические указания для самостоятельной работы и по выполнению курсовой работы представлены в приложении 3.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Программное обеспечение

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»	URL: http://www1.fips.ru/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Тип и название аудитории	Оснащение аудитории
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации. Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
Учебные аудитории для выполнения курсового проектирования	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1 Теоретико - методологические аспекты конкуренции

Вопросы для самоконтроля

1. Уточните сущность конкуренции
2. Перечислите основные термины, раскрывающие экономическую сущность конкуренции.
3. Причины возникновения конкуренции.
4. Назовите понятия и признаки доминирующего положения на товарном рынке.
5. В чем проявляется монополистическая деятельность предприятия, занимающего доминирующее положение на рынке определенного товара.
6. В чем сущность динамичного изменения на рынке и оценки доминирования хозяйствующего субъекта.

Тестовые задания

1. Создатель теории конкурентного преимущества «национальный ромб»:
 - а) Р. Фатхутдинов
 - б) А. Файоль
 - в) М. Портер
 - г) Ж.-Ж. Ламбен
2. Конкуренцию определяют как:
 - а) состязательность на рынке;
 - б) элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение;
 - в) критерий, по которому устанавливается тип отраслевого рынка;
 - г) все перечисленное верно.
3. Конкуренцию определяют как:
 - а) состязательность на рынке;
 - б) элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение;
 - в) критерий, по которому устанавливается тип отраслевого рынка;
 - г) все перечисленное верно.
4. Как соотносятся понятия конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности товара?
 - а) понятие конкурентоспособность товара шире, чем понятие конкурентоспособность продукции;
 - б) понятие конкурентоспособность товара уже, чем понятие конкурентоспособность продукции;
 - в) это синонимы.
5. Какие существуют формы конкуренции?
 - а) ценовая и неценовая;
 - б) предметная и функциональная;
 - в) совершенная и несовершенная.
6. Цена потребления – это:
 - а) продажная цена;
 - б) продажная цена и затраты на эксплуатацию или потребление изделия за весь срок службы;
 - в) затраты на эксплуатацию или потребление изделия за весь срок службы.

Раздел 2 Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности

Вопросы для самоконтроля

1. Какие изменения вы знаете в социально-экономической жизни общества, которые вызывают необходимость изменения в экономических, правовых системах регулирования.
2. Назовите понятие конкурентоспособности рынка труда: генезис социально-экономического содержания.
3. Перечислите основные подходы экономического явления, раскрывая причины возникновения.
4. На чем базируется стратегия кооперативной солидарности?
5. В чем суть экономического содержания конкурентоспособности предприятия и страны, региона, области.

Тестовые задания

1. Какие виды конкурентных преимуществ предприятия выделяет М. Портер?
 - а) низкие издержки и уникальность товаров;
 - б) низкие издержки и дифференциация товаров;
 - в) низкие издержки и высокая цена товаров.
2. Какова взаимосвязь понятий качество, полезность и потребительная стоимость?
 - а) категория качество выражает меру полезности данной потребительной стоимости;
 - б) категория полезность выражает степень качества данной потребительной стоимости;
 - в) качество – это полезность данной потребительной стоимости.
3. Какое из определений наиболее точно раскрывает понятие качество продукции?
 - а) целостная совокупность потребительских свойств продукции, обуславливающих степень ее пригодности удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением в фиксированных условиях потребления;
 - б) целостная совокупность потребительских свойств продукции, обуславливающих степень ее пригодности удовлетворять потребности в фиксированных условиях потребления;
 - в) целостная совокупность потребительских свойств продукции, обуславливающих степень ее пригодности удовлетворять одну потребность (в соответствии с назначением продукции) в фиксированных условиях потребления.
4. Потребительная стоимость представляет собой...:
 - а) цену, по которой потребитель покупает товар;
 - б) совокупность свойств продукта труда, благодаря которым он способен удовлетворять потребности;
 - в) степень удовлетворенности потребителя данным товаром.
5. Что означает термин «прицельное качество»?
 - а) совокупность параметров, которым должна отвечать готовая продукция;
 - б) уровень качественных параметров, который в наибольшей степени соответствует потребностям и возможностям потребителей соответствующего сегмента рынка;
 - в) примерный уровень качества, прогнозируемый при разработке нового вида продукции.

Раздел 3 Методы оценки конкурентоспособности

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите виды отраслей как вида экономической деятельности.
2. Разработайте регрессионную модель зависимости конкурентоспособности продукции от технико-экономических факторов выбранного вами предприятия.
3. Какие методики и показатели оценки конкурентоспособности продукции и предприятия вы знаете.
4. В чем суть экономического содержания конкурентоспособности предприятия.
5. Назовите принципы и методы оценки конкурентоспособности.
6. Произведите расчеты и дайте характеристику заключения практической оценки конкурентоспособности, выпускаемой продукции.

7. Сделайте оценку конкурентоспособности продукции по цене продажи.
8. В чем заключается экономическое содержание понятие «конкурентоспособность товара».
9. Назовите макро и микроэкономические факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции.
10. Какова сущность макро - и микроэкономических показателей товара. Когда применяется методика страхования хозяйственных рисков.
11. Какие экономические предпосылками открытости рынков понимаются под насыщенностью и в то же время дифференцированностью рынков товаров и услуг
12. Нарисуйте схему жизненного цикла товара.
13. Какова система показателей качества продукции, факторов, влияющих на него, и методы управления.
14. Охарактеризуйте понятие конкурентоспособности продукции компании сравнив ее взаимосвязь с характеристиками товара.

Тестовые задания

1. Что понимается под конкурентоспособностью продукции?
 - а) возможность продать продукцию в условиях определенного рынка и периода времени;
 - б) известность и престижность торговой марки, под которой выпущена продукция;
 - в) способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию (или потребление) данной продукции.

2. Конкурентоспособность предприятия – это...

3. Фирма-лидер должна обладать следующими параметрами?
 - соизмеримостью характеристик выпускаемой продукции по идентичности потребностей, удовлетворяемых с ее помощью;
 - соизмеримостью сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;
 - соизмеримостью фазы жизненного цикла, в которой функционирует фирма.

4. К пяти конкурентным силам М. Портера относят:
 - 1) влияние поставщиков;
 - 2) влияние покупателей;
 - 3) влияние финансовых кризисов;
 - 4) влияние новых конкурентов;
 - 5) влияние банков;
 - 6) влияние товаров-заменителей;
 - 7) реальная конкуренция в отрасли;
 - 8) влияние правительственных решений.

5. По каким направлениям производится анализ конкурентов?
 - 1) выявление конкурентов;
 - 2) тестирование товара;
 - 3) оценка сильных и слабых сторон конкурентов;
 - 4) оценка эффективности рекламы;
 - 5) оценка возможных реакций конкурентов;
 - 6) оценка на рынке спроса и предложения.

6. Конкурентоспособность товара – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих:
 - 1) материальное состояние граждан;
 - 2) удовлетворение конкретной потребности покупателя;

3) финансовую стабильность предприятия.

7. «Многоугольник конкурентоспособности» предприятия определяется такими критериями, как (продолжите перечень):

Качество, цены, финансы.....

8. Укажите известные вам стратегии конкуренции:

- 1) дифференциация продуктов;
- 2) снижение себестоимости;
- 3) внедрение новшеств;
- 4) комплексное обслуживание рыночного сегмента;
- 5) низкая цена продукта;
- 6) работа в новой рыночной нише.

9. SWOT-анализ это краткий документ в котором рассматриваются:

- 1) ассортимент выпускаемой продукции;
- 2) степень восприимчивости к внешним факторам;
- 3) техническое оснащение предприятия;
- 4) основные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- 5) слабые и сильные стороны деятельности предприятия;
- 6) прибыли (убытки) предприятия;
- 7) причины эффективной (неэффективной) работы.

10. STEP-анализ это:

- 1) анализ конкурентных возможностей (внутренней среды) и опасностей внешних факторов;
- 2) экспертиза угроз;
- 3) анализ внешней и внутренней макросреды.

11. К основным методам осуществления добросовестной конкуренции относятся:

- 1) повышение качества продукции (услуг);
- 2) снижение цен на товары или услуги (не демпинговое);
- 3) проведение рекламной кампании;
- 4) совершенствование системы предприятий послепродажного обслуживания (сервиса);
- 5) подделка продукции конкурентов;
- 6) разработка и поставка на рынок новых товаров и услуг и др.

12. Основными методами недобросовестной конкуренции считаются:

- 1) промышленный шпионаж;
- 2) подделка продукции конкурентов;
- 3) подкуп и шантаж;
- 4) повышение качества продукции
- 5) обман потребителей;
- 6) махинации с деловой отчетностью и др.

Раздел 4 Конкурентная стратегия предприятия

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите и охарактеризуйте общую характеристику основных направлений формирования конкурентных преимуществ предприятия.
2. Какие предложения по усовершенствованию уровня конкурентоспособности на

- предприятия вы бы применили?
3. Перечислите в чем, заключается стратегическое мышление руководства при выборе стратегии и конкурентном преимуществе
 4. Перечислите суть виолентной, пациентной, эксплерентной, коммутантной стратегий
 5. Когда применяется стратегия простого и дезинтегрирующего обособления.

Тестовые задания

1. Правильно укажите три выигрышные стратегии в конкурентной борьбе.
 - 1) стратегия проникновения и покрытия издержек;
 - 2) стратегия поиска нетрадиционных рынков сбыта;
 - 3) стратегия производственной диверсификации;
 - 4) стратегия абсолютного производства по издержкам;
 - 5) стратегия специализации;
 - 6) стратегия конкуренции усилий на качественное обслуживание нескольких рыночных сегментов.
2. Чаще всего фирмы конкурируют по следующим четырем направлениям:
 - 1) товар;
 - 2) финансовое состояние;
 - 3) фирменный стиль;
 - 4) сервис;
 - 5) реклама;
 - 6) коммерческие и организационные усилия.
3. Продолжите перечень конкурентных преимуществ
 - 1) центральные характеристики товара;
 - 2) уровень качества;
 - 3)...
4. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:
 - a) ценовая конкуренция;
 - b) неценовая конкуренция;
 - c) недобросовестная конкуренция;
 - d) прямая конкуренция.
5. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:
 - a) виолентная стратегия;
 - b) коммутантная стратегия;
 - c) пациентная стратегия;
 - d) экплерентная стратегия.
6. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:
 - a) виолентная стратегия;
 - b) коммутантная стратегия;
 - c) пациентная стратегия;
 - d) экплерентная стратегия.
7. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:

- a) «гордые львы»;
- b) «могучие слоны»;
- c) «неповоротливые бегемоты»;
- d) «хитрые лисы».

8. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

- a) небольшое число крупных фирм;
- b) одна крупная фирма;
- c) небольшое число средних фирм;
- d) большое число крупных фирм.

9. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:

- a) гибкость;
- b) экономия на снижение постоянных издержек;
- c) ставка на радикальные нововведения;
- d) дифференциация продукта.

10. Дифференциация продукта – это:

- a) универсальный приём ценовой конкуренции;
- b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;
- c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства;
- d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.

11. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:

- a) резервным капиталом;
- b) оборотным капиталом;
- c) венчурным капиталом;
- d) внеоборотным капиталом.

12. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:

- a) стратегия поддержки позиций;
- b) стратегия интеграции;
- c) стратегия лидерства в нише;
- d) стратегия выхода за пределы ниши.

13. Какие варианты поведения не соответствует фирмам-коммутантам:

- a) деятельность в сферах, традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом;
- b) выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов;
- c) выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия;
- d) выпуск товаров массового спроса?

14. Естественная монополия – это:

- a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм;
- b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;
- c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей;
- d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт.

15. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:

- a) финансово-промышленными группами;
- b) картелями;
- c) транснациональными корпорациями;
- d) компания.

16. Какой тип фирмы играет решающую роль на первом этапе научнотехнического прогресса (изобретение и внедрение новшества):

- a) виоленты;
- b) пациенты;
- c) эксплеренты;
- d) коммутанты.

Курсовая работа

Курсовая работа выполняется обучающимся самостоятельно под руководством преподавателя. При выполнении курсовой работы обучающийся должен показать свое умение работать с нормативным материалом и другими литературными источниками, а также возможность систематизировать и анализировать фактический материал и самостоятельно творчески его осмысливать.

В начале изучения дисциплины преподаватель предлагает обучающимся на выбор перечень тем курсовых работ. Обучающийся самостоятельно выбирает тему курсовой работы. Совпадение тем курсовых работ у студентов одной учебной группы не допускается. Утверждение тем курсовых работ проводится ежегодно на заседании кафедры.

После выбора темы преподаватель формулирует задание по курсовой работе и рекомендует перечень литературы для ее выполнения. Исключительно важным является использование информационных источников, а именно системы «Интернет», что даст возможность обучающимся более полно изложить материал по выбранной им теме.

В процессе написания курсовой работы обучающийся должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать практический материал, разобрать и обосновать практические предложения.

Преподаватель, проверив работу, может возвратить ее для доработки вместе с письменными замечаниями. Студент должен устранить полученные замечания в установленный срок, после чего работа окончательно оценивается.

Курсовая работа должна быть оформлена в соответствии с СМК-О-СМГТУ-42-09 «Курсовой проект (работа): структура, содержание, общие правила выполнения и оформления».

Тема курсовой работы – «Анализ и повышение конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия N). Студент самостоятельно выбирает предприятие, исходя из наличия данных по предприятию (прохождение практики на этом предприятии, трудоустройство на этом предприятии, собственный бизнес, данные по предприятию находятся в открытом доступе).

Структура курсовой работы:

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ		
1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ	ОСНОВЫ	ИССЛЕДОВАНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (КРЕДИТНЫХ, ПРОМЫШЛЕННЫХ, СТРАХОВЫХ...)		
ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ		

1.1 Характеристика и динамика развития рынка ... России	
1.2 Модели рынков и барьеры входа на рынок.....	
1.3. Определение экономической концентрации рынка.....	
ВЫВОДЫ ПО РАЗДЕЛУ 1.....	
2 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АО «N».....	
2.1 Общая характеристика деятельности АО «N» и анализ основных экономических показателей	
2.2 Оценка конкурентоспособности предприятия и анализ его конкурентных преимуществ	
2.3 Оценка конкурентоспособности продукции (товара, услуги) на рынке города Магнитогорска	
ВЫВОДЫ ПО РАЗДЕЛУ 2.....	
3 ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ...	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	
ПРИЛОЖЕНИЯ	

Перечень теоретических вопросов к экзамену

1. Сущность конкурентных отношений, формы конкуренции, типы конкурентных стратегий
2. Основания для возникновения конкуренции. Виды конкурентной борьбы.
3. Конкурентная стратегия фирмы и ее место на рынке. Поле стратегий: виоленты, пациенты, коммутанты и эксплеренты.
4. Способы повышения конкурентоспособности организации, описывающие закономерности функционирования рынков товаров и услуг, рынков факторов производства
5. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность организации.
6. Подходы к оценке конкурентоспособности фирмы (организации).
7. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества фирмы (организации).
8. Бенчмаркинг как современный метод бизнес-планирования и повышения конкурентоспособности предприятия.
9. Подходы к оценке конкурентоспособности персонала. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества персонала.
10. Подходы к оценке конкурентоспособности товаров и услуг.
11. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества продукции, работ, услуг.
12. Подходы к оценке конкурентоспособности отрасли.
13. Понятие отрасли. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества отрасли.
14. Оценка конкурентоспособности групп фирм и оценка конкурентной ситуации на рынке по показателям концентрации. Индекс Хиршмана-Херфиндаля
15. Основные методы оценки конкурентоспособности объектов: оценка конкурентоспособности персонала, качества продукта, анализ эффективности использования ресурсов
16. Методы оценки конкурентоспособности. Портфельные модели стратегического анализа. Матрица Бостонской консультационной группы. Матрица McKinsey.

17. Анализ товарного ассортимента фирмы. Финансовая оценка конкурентоспособности фирмы
18. Методика разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации
19. Понятие конкурентоспособности организации. Этапы разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности.
20. Пять сил конкуренции и позиция в отрасли. Оценка внешней и внутренней среды фирмы. SWOT-анализ. Цепочка ценности фирмы и источники конкурентного преимущества.
21. Межстрановая специализация как основополагающий фактор современной конкуренции
22. Международное разделение труда и межстрановая специализация. Трансформация конкурентных отношений в условиях глобализации экономики.
23. Конкурентоспособность на глобальном уровне. Конкурентоспособность российской экономики

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
<p>ПК-1 – способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований</p>		
<p>Знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> – результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; – выявлять перспективные направления исследования в области управления рисками и страхования; – составлять программу исследования; 	<p><i>Перечень теоретических вопросов к экзамену</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка конкурентоспособности групп фирм и оценка конкурентной ситуации на рынке по показателям концентрации. Индекс Хиршмана-Херфиндаля 2. Основные методы оценки конкурентоспособности объектов: оценка конкурентоспособности персонала, качества продукта, анализ эффективности использования ресурсов 3. Методы оценки конкурентоспособности. Портфельные модели стратегического анализа. Матрица Бостонской консультационной группы. Матрица McKinsey. 4. Анализ товарного ассортимента фирмы. Финансовая оценка конкурентоспособности фирмы 5. Методика разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации 6. Понятие конкурентоспособности организации. Этапы разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности. 7. Пять сил конкуренции и позиция в отрасли. Оценка внешней и внутренней среды фирмы. SWOT-анализ. Цепочка ценности фирмы и источники конкурентного преимущества. 8. Межстрановая специализация как основополагающий фактор современной конкуренции 9. Международное разделение труда и межстрановая специализация. Трансформация конкурентных отношений в условиях глобализации экономики. 10. Конкурентоспособность на глобальном уровне. Конкурентоспособность российской экономики

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
Уметь	<p>– обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями;</p> <p>– разбираться в соответствующих моделях и инструментах управления рисками и страхования;</p> <p>–использовать аналитические инструменты, применяемые в современной исследовательской деятельности, в том числе, для подготовки магистерской диссертации, в конкретных экономических работах (публикациях), базовые знания в области управления рисками и страхования, усвоенные в процессе изучения данного курса;</p>	<p><i>Дискуссии</i></p> <p>Изучите стратегии достижения конкурентоспособности предприятия на примере российского и мирового опыта, подготовьте доклад-анализ по предложенному плану:</p> <p>А. Фирмы-львы, фирмы-слоны и фирмы-бегемоты: плюсы и минусы гигантизма.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.База и границы эффективности крупного производства. 2.Стратегия обслуживания массового спроса. 3.Стратегия подавления конкурентов. 4.От «льва» к «бегемоту»: (эволюционный путь виолента). <p>Б. «Хитрые лисы»: конкурентные преимущества узкой специализации.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Дифференциация продукта – эффективный способ борьбы за потребителя. 2 Стратегия по отношению к конкурентам и эволюционный путь фирмы-лисы (пациента). <p>В. «Первые ласточки» технических переворотов.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Радикальные инновации – путь к свободным от конкурентов рынкам. 2.Проблема финансирования и эволюция фирмы-ласточки (эксплерента). <p>Г. «Серые мыши»: гибкость как источник конкурентоспособности.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Локальные потребности и их роль на рынке. 2. Стратегия борьбы с конкурентами и разновидности фирм-мышей (коммутантов).
Владеть	<p>– культурой экономического мышления;</p> <p>– способностью к аналитическому восприятию научных и публицистических текстов, навыками самостоятельной</p>	<p>Практические задания и вопросы для самоконтроля</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте социально-экономическое содержание конкурентоспособности. 2. Охарактеризуйте эволюционные этапы теории конкурентных преимуществ. 3. Сформулируйте понятие «конкурентное преимущество» и поясните его экономическую сущность. 4. В чем сущность абсолютных и относительных конкурентных преимуществ? 5. В чем состоит факторная природа конкурентоспособности?

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>исследовательской работы; – навыками работы с информационными источниками, научной литературой по экономической проблематике</p>	<p>6. Перечислите основные свойства категории «конкурентоспособность».</p> <p>7. Раскройте свойство конкретности проявления конкурентоспособности применительно к условиям рынка и времени.</p> <p>8. Охарактеризуйте свойство многовариантности категории «конкурентоспособность».</p> <p>9. Дайте характеристику свойства многоуровневости формирования конкурентоспособности.</p> <p>10. В чем заключается содержание макроэкономического и микроэкономического подходов к исследованию конкурентоспособности?</p> <p>11. Раскройте многомерный характер категории «конкурентоспособность» на примере структуры «пирамида конкурентоспособности».</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК-2 – способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – актуальность избранной темы научного исследования; – теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования в области управления рисками и страхования; 	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность конкурентных отношений, формы конкуренции, типы конкурентных стратегий 2. Основания для возникновения конкуренции. Виды конкурентной борьбы. 3. Конкурентная стратегия фирмы и ее место на рынке. Поле стратегий: виоленты, пациенты, коммутанты и эксплеренты. 4. Способы повышения конкурентоспособности организации, описывающие закономерности функционирования рынков товаров и услуг, рынков факторов производства 5. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность организации. 6. Подходы к оценке конкурентоспособности фирмы (организации). 7. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества фирмы (организации). 8. Бенчмаркинг как современный метод бизнес-планирования и повышения конкурентоспособности предприятия. 9. Подходы к оценке конкурентоспособности персонала. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества персонала. 10. Подходы к оценке конкурентоспособности товаров и услуг. 11. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества продукции, работ, услуг. 12. Подходы к оценке конкурентоспособности отрасли. 13. Понятие отрасли. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества отрасли.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; 	<p>Примерная тематика курсовых работ</p> <p>Анализ и повышение конкурентоспособности кредитной организации на рынке банковских услуг (на примере коммерческого банка N)</p> <p>Анализ и повышение конкурентоспособности страховой компании на рынке страховых услуг (на примере страховой компании N)</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>– применять современные методы экономического анализа, современные программные продукты, позволяющие проанализировать эффективность управления рисками и страхования;</p>	<p>Анализ и повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на рынке черной металлургии (на примере предприятия N)</p> <p>Анализ и повышение конкурентоспособности торгового предприятия на рынке продовольственных товаров (на примере сети магазинов N)</p> <p>Анализ и повышение конкурентоспособности частного детского сада на рынке услуг (на примере организации N)</p>
Владеть	<p>–навыками самостоятельной исследовательской работы;</p> <p>– методикой и методологией научных исследований в сфере управления рисками и страхования;</p>	<p>Практические задания</p> <p>1. Определить интегральный показатель относительной конкурентоспособности товара и оценить возможности включения его в план производства, если уровень доверия параметра УД1 – 0,85; УД2 – 0,64; УД3 – 0,58; УД4 – 0,93. Соответственно на предприятии-конкуренте УД1' – 0,88; УД2' – 0,58; УД3' – 0,59, УД4' – 0,9.</p> <p>Технология решения задачи: Определить интегральный показатель относительной конкурентоспособности товара ОКС. Расчетный срок окупаемости определяют, как отношение потребности в капитальных вложениях к прибыли от реализации готовой продукции:</p> $OKC_{im} = УД_{1m} \cdot УД_{2m} \cdot \dots \cdot УД_{im},$ <p>где ОКС_{im} – относительная конкурентоспособность i-го товара; УД_{im} – уровень доверия конкретного параметра i-го товара.</p> <p>2. Промышленная организация на основе своих производственных мощностей может выпускать следующие товары: P1, P2, P3, P4, P5. Аналогичная продукция P1', P2', P3', P4', P5' выпускается конкурирующими организациями. Интегральный показатель конкурентоспособности соответствующих товаров характеризуется: ОКС1 – 0,172; ОКС2 – 0,176; ОКС3 – 0,218; ОКС4 – 0,245 и соответственно у товаропроизводителей-конкурентов: ОКС1' – 0,182; ОКС2' – 0,186; ОКС3' – 0,216; ОКС 4' – 0,29. Сделать выводы о целесообразности ассортимента.</p> <p>Технология решения задачи: Сравнение продукции с аналогами-конкурентами показывает: продукция, у которой показатель относительной конкурентоспособности (ОКС) ниже, чем у</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		аналога, должна сниматься с производства. Это обусловлено тем, что относительная конкурентоспособность (ОКС) рассчитывается как произведение индивидуальных показателей уровня доверия по конкретному параметру оцениваемого товара (УД).
ПК-3 – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения и понятия, связанные с разработкой программы исследования; – основные методы исследований, используемых в экономике; – основные методы и правила проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой; 	<p><i>Перечень теоретических вопросов к экзамену</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общие условия совершенно-конкурентного рынка (траектории линий выручки, спроса и цен). Максимизация прибыли и правило $MC = MR$ 2. Равновесие конкурентной фирмы в краткосрочном периоде, варианты соотношения цены и средних издержек. Равновесие конкурентной фирмы в длительном периоде. Достоинства и недостатки совершенной конкуренции 3. Общие черты несовершенной конкуренции (траектории линий выручки, спроса и цен), причины несовершенной конкуренции 4. Монополия, ее виды. Условия максимизации прибыли при монополии. 5. Монопольная власть фирмы, коэффициент Лернера. Факторы, влияющие на эластичность спроса фирмы-монополиста. 6. Ценовая дискриминация: сущность, виды. 7. Социально-экономический ущерб монополии, чистые убытки от монопольной власти. 8. Антимонопольная политика, индекс Хиршмана-Херфиндаля. Развитие антимонопольного законодательства, антимонопольные органы. 9. Основные черты монополистической конкуренции. Определение оптимального объема выпуска продукции в условиях монополистической конкуренции в краткосрочном и длительном периодах. 10. Сегментирование рынка, рыночная ниша. Условия и принципы сегментации. Позиционирование товара на рынке. Сущность и виды рекламы. 11. Основные характеристики олигополистического рынка, отличие олигополии от монополистической конкуренции. Виды олигополии. Применение теории игр на рынке олигополии (дилемма заключенных). Равновесие Нэша. Ценовая война, стратегии «максимина» и «максимакса».

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства						
		<p>12. Модель дуополии Курно. Модель Чемберлина. Модель Бертрана. 13. Модели олигополии: ломаная кривая спроса, тайный сговор и картель. 14. Модели олигополии: лидерство в ценах, «издержки плюс» (правило «большого пальца»). Эффективность олигополии</p>						
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять основные этапы исследования; – распознавать эффективное решение от неэффективного в процессе самостоятельного исследования; – объяснять (выявлять и строить) типичные модели экономических процессов и явлений; – применять полученные знания в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне; – корректно выражать и аргументированно обосновывать положения предметной области знания; 	<p>Практические задания Задание 1. Провести SWOT-анализ (см. Приложение 3). Сопоставить предложенные сильные и слабые стороны с рыночными возможностями и угрозами производственного предприятия N, ответив на вопросы, сформулированные на пересечениях. Таблица – Матрица SWOT-анализа</p> <table border="1" data-bbox="770 724 2152 791"> <thead> <tr> <th data-bbox="770 724 1144 791"></th> <th data-bbox="1144 724 1675 791">Возможности</th> <th data-bbox="1675 724 2152 791">Угрозы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="770 791 1144 1398"></td> <td data-bbox="1144 791 1675 1398"></td> <td data-bbox="1675 791 2152 1398"></td> </tr> </tbody> </table>		Возможности	Угрозы			
	Возможности	Угрозы						

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства		
			1. Появление новой розничной сети, интересующейся нашей продукцией 2. и т.д.	1. Появление крупного конкурента 2. и т.д.
	Сильные стороны 1. Высокое качество продукции 2. и т.д.		1. Как воспользоваться открывающимися возможностями, используя сильные стороны предприятия?	2. За счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы?
	Слабые стороны 1. Высокая себестоимость 2. и т.д.		3. Какие слабые стороны предприятия могут помешать воспользоваться возможностями?	4. Какие существуют самые большие опасности для фирмы, усугубленные слабыми сторонами предприятия?
<p>Задание 2. Используя данные сети Интернет, провести SWOT-анализ французской сети супермаркетов Auchan, которая работает во многих странах мира. По состоянию на 2016 год Auchan принадлежат 1495 гипермаркетов и супермаркетов по всему миру. Ашан – это один из самых крупных ритейлеров в мире. Ашан – основное структурное подразделение семейной мега-корпорации «Ассоциация семьи Мюлье».</p> <p>Торговля ведется под марками Auchan (гипермаркеты), Leroy Merlin (магазины стройматериалов и товаров для дома), St. Maclou (товары для дома), Decathlon (спорттовары), Norauto (автоаксессуары), Kiabi (одежда), Atac и Elea (супермаркеты).</p> <p>Фирма Ашан является российским отделением международной розничной сети Auchan. В сети Ашан представлен широкий ассортимент непродовольственных и продовольственных товаров по низким ценам, в т.ч. и под собственными торговыми марками.</p> <p>СВОТ-анализ - торговая сеть "Ашан"</p>				
		Положительные факторы	Негативные факторы	

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства		
			Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)	Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)
		Внутренняя среда		
			Потенциальные возможности (O)	Имеющиеся угрозы (T)
		Внешняя среда		
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками использования элементов самостоятельного исследования на других дисциплинах, на занятиях в аудитории и на практике; – способами демонстрации умения анализировать ситуацию в процессе самостоятельного исследования; – методами проведения самостоятельного исследования; – навыками и методиками обобщения результатов принятого в ходе самостоятельного 	<p>Практические задачи</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения страховых тарифов по КАСКО (Базовая компания – ОАО «САК «Энергогарант» – хочет привлечь клиентов за счет минимальных тарифов). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме. 2. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения рекламной активности страховых компаний (Базовая компания – СК «Росгосстрах» – переживает понижение спроса и пытается выявить его причины). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме. 3. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения квалификации страховых агентов страховых компаний г. Магнитогорска (базовая компания – СК «Альфа-Страхование» – разрабатывает новую компанию по продвижению и планирует сделать акцент на высокий уровень персонала). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме. 		

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>исследования решения, экспериментальной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – способами оценивания значимости и практической пригодности полученных результатов самостоятельного исследования; – возможностью междисциплинарного применения результатов самостоятельного исследования; – профессиональным языком предметной области знания; – способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды; 	
ПК-4 – способностью представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения и понятия, связанные с проведением научного 	<p>Тестовые задания</p> <p>1. К пяти конкурентным силам М. Портера относят:</p> <p>1) влияние поставщиков;</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>исследования;</p> <p>– основные методы исследований, используемых в экономике;</p> <p>– основные методы и правила представления результатов проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада;</p>	<p>2) влияние покупателей;</p> <p>3) влияние финансовых кризисов;</p> <p>4) влияние новых конкурентов;</p> <p>5) влияние банков;</p> <p>6) влияние товаров-заменителей;</p> <p>7) реальная конкуренция в отрасли;</p> <p>8) влияние правительственных решений.</p> <p>2. По каким направлениям производится анализ конкурентов?</p> <p>1) выявление конкурентов;</p> <p>2) тестирование товара;</p> <p>3) оценка сильных и слабых сторон конкурентов;</p> <p>4) оценка эффективности рекламы;</p> <p>5) оценка возможных реакций конкурентов;</p> <p>6) оценка на рынке спроса и предложения.</p> <p>3. Конкурентоспособность товара – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих:</p> <p>1) материальное состояние граждан;</p> <p>2) удовлетворение конкретной потребности покупателя;</p> <p>3) финансовую стабильность предприятия.</p> <p>4. «Многоугольник конкурентоспособности» предприятия определяется такими критериями, как (продолжите перечень): Качество, цены, финансы.....</p> <p>5. Укажите известные вам стратегии конкуренции:</p> <p>1) дифференциация продуктов;</p> <p>2) снижение себестоимости;</p> <p>3) внедрение новшеств;</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>4) комплексное обслуживание рыночного сегмента; 5) низкая цена продукта; 6) работа в новой рыночной нише.</p> <p>6. SWOT-анализ это краткий документ в котором рассматриваются: 1) ассортимент выпускаемой продукции; 2) степень восприимчивости к внешним факторам; 3) техническое оснащение предприятия; 4) основные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия; 5) слабые и сильные стороны деятельности предприятия; 6) прибыли (убытки) предприятия; 7) причины эффективной (неэффективной) работы.</p> <p>7. STEP-анализ это: 1) анализ конкурентных возможностей (внутренней среды) и опасностей внешних факторов; 2) экспертиза угроз; 3) анализ внешней и внутренней макросреды.</p> <p>8. К основным методам осуществления добросовестной конкуренции относятся: 1) повышение качества продукции (услуг); 2) снижение цен на товары или услуги (не демпинговое); 3) проведение рекламной кампании; 4) совершенствование системы предприятий послепродажного обслуживания (сервиса); 5) подделка продукции конкурентов; 6) разработка и поставка на рынок новых товаров и услуг и др.</p> <p>9. Основными методами недобросовестной конкуренции считаются: 1) промышленный шпионаж;</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		2) подделка продукции конкурентов; 3) подкуп и шантаж; 4) повышение качества продукции 5) обман потребителей; 6) махинации с деловой отчетностью и др.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять основные элементы научной статьи или доклада; – применять полученные в ходе проведенного научного исследования результаты в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне; – приобретать знания в области представления результатов проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада; – корректно выражать и аргументированно обосновывать положения предметной области знания; 	<p>Примерный перечень докладов</p> <p>Конкуренция как движущая сила развития общества.</p> <p>Методы оценки конкурентоспособности объектов: сущность, актуальность, принципы оценки.</p> <p>Сила конкуренции при различных формах конкурентного рынка.</p> <p>Анализ реакции конкурента на действия фирмы в условиях олигополии.</p> <p>Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности продукции.</p> <p>Выбор стратегии поведения фирмы в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей.</p> <p>Формирование конкурентных преимуществ объектов на основе их эксклюзивной ценности.</p> <p>Методы государственного регулирования конкурентной среды.</p> <p>Система сбора и обработки информации о фирмах-конкурентах.</p> <p>Анализ деятельности конкурентов.</p> <p>Прогнозирование, планирование и стимулирование повышения уровня конкурентоспособности продукции и организации.</p> <p>Инновационная деятельность организации в системе повышения его конкурентоспособности.</p> <p>Цена как фактор конкурентоспособности товаров и организации.</p> <p>Стандартизация и сертификация как инструменты управления конкурентоспособностью продукции.</p> <p>Системное управление качеством – новая стратегия обеспечения конкурентоспособности организации и ее продукции.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками использования элементов научного исследования на других дисциплинах, на занятиях в аудитории и на практике; – способами демонстрации умения анализировать ситуацию в ходе научного исследования; – методами проведения научного исследования; – навыками и методиками обобщения результатов решения, принятого в результате научного исследования, экспериментальной деятельности; – способами оценивания значимости и практической пригодности полученных в ходе научного исследования результатов; – возможностью междисциплинарного применения результатов научного исследования; 	<p>Творческие задания</p> <p>По предложенным темам составить план доклада и подготовить выступление с использованием презентации, подготовленной с помощью Power Point.</p> <p>Различные теории конкуренции и их сравнение по Майклу Портеру. Факторы конкурентных преимуществ предприятия и их влияние на прибыль. Системный анализ конкурентных преимуществ предприятия. Матричные методы оценки предприятия SWOT, PEST, PIMS, LOTS. Детерминанты конкурентных преимуществ предприятия и их влияние на развитие предприятия. Конкурентные стратегии предприятия, их формирование и разработка. Стратегия низких издержек в конкурентоспособности фирмы. Международная конкурентоспособность фирмы. Теория кластеров в конкурентоспособности компаний. Стратегия и зарубежный опыт антикризисного управления. Оценка и анализ внешней среды в конкурентоспособности предприятия. Модель развития конкурентоспособности предприятия Правовое, информационное и ресурсное обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности. Стратегия локальной рыночной ниши в конкурентоспособности фирм. Стратегия радикальных инноваций в конкурентоспособности компаний. Конкурентоспособность вузов и специалистов – важнейшее условие повышения конкурентоспособности организации. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<ul style="list-style-type: none"> – основными методами исследования в области экономики, практическими умениями и навыками их использования; – профессиональным языком предметной области знания; – способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды; 	

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Конкурентоспособность организации: риски и страхование» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме экзамена.

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку «отлично» (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– на оценку «хорошо» (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– на оценку «удовлетворительно» (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– на оценку «неудовлетворительно» (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку «неудовлетворительно» (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Показатели и критерии оценивания курсовой работы:

Оценку «отлично» получают те работы, в которых содержатся элементы научного творчества, формулируются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний экономической литературы по данной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

Оценку «удовлетворительно» студент получает в случае, когда не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснение выводам и теоретическим положениям данной работы.

При неудовлетворительной оценке работы, а также при неявке автора на защиту по уважительной (подтвержденной документально) причине, возможно назначение дополнительного срока защиты.

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к семинарским (практическим) занятиям. Семинар – это групповые

практические занятия под руководством преподавателя в высшем учебном заведении, один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросы. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

Доклад представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объем доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.
- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.
- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи, выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.

- Если вы намерены считать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.

- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.

- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.

- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.

- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикуляция отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.

- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайтесь к опоздавшим и не прерывайте свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.

- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публике подготовленный вами доклад.

Презентация – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может

демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);
- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);
- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;
- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);
- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;
- иллюстрирует основные пункты сообщения;
- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;
- может включать список литературы к докладу;
- содержит слова благодарности аудитории.

4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить крас-ную строку и интервал между абзацами.
- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.
- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.
- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;
- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.
- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.

- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.
- Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.
- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.

- Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Композиционное оформление

- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
- Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
- Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
- Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.
- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыка целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.
- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно

или двусмысленно отражают смысл информации.

- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовый фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.

- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.

- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.

- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобразив и разместив только самые важные данные.

- При использовании схем на слайдах необходимо выровнять ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные линии при помощи инструментов Автофигур,

- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.

- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.

- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

Подготовка к зачёту / экзамену. Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.

- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.

- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.

- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

- Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.

- Правильно используйте консультации, которые проводит

преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.

Методические указания по выполнению курсовой работы

1 Выбор темы курсовой работы

Тематика курсовых работ охватывает все разделы и темы учебной программы. Студенту следует выбрать тему, руководствуясь следующими возможными мотивациями:

- желание изучить наиболее сложную тему, что позволит расширить свои знания по конкурентоспособности организации;
- выбранная тема в той или иной степени может быть связана с настоящей или будущей трудовой деятельностью;
- тема вызывает интерес и имеется большой выбор литературы по данной проблеме;
- тема курсовой работы может быть темой долгосрочного исследования и в дальнейшем использована при написании выпускной квалификационной работы.

При выборе темы студент должен соблюдать следующие обязательные требования:

- не допускается наличия одинаковой темы у двух и более студентов одной группы;
- выбранная тема должна быть в обязательном порядке согласована с руководителем курсовой работы. Вопросы о порядке и времени консультирования решаются научным руководителем со студентами в рабочем порядке.

Представленная тематика курсовых работ может варьироваться. По согласованию с научным руководителем тема может быть уточнена или предложена новая.

2 Сбор, анализ и обобщение материалов исследования

Прежде чем приступить к сбору материала по теме исследования, рекомендуется заполнить вместе с руководителем бланк задания для курсовой работы. В задании курсовой работы конкретизируется ее тема – прописывают конкретные вопросы, которые необходимо рассмотреть в теме исследования.

При выполнении курсовой работы для полного раскрытия содержания избранной темы студенту необходимо:

- изучить научные работы по данной проблеме российских и зарубежных ученых;
- знать постановления правительства, решения сессий Парламента и указы президента Российской Федерации по экономическим вопросам;
- ознакомиться со статистическими данными, публикуемыми в периодической печати и статистических сборниках;
- изучить статьи по избранной теме, публикуемые в журналах «Вопросы экономики», «Российский экономический журнал», «Финансы и кредит», «Мировая экономика и международные отношения», «Свободная мысль», «Вестник Московского государственного университета», «Экономист», в еженедельнике «Экономика и жизнь».

При подборе материалов студент должен обращать внимание на то, что в них могут содержаться несовпадающие, а иногда и противоположные точки зрения по одному и тому же вопросу. Особенно это характерно для материалов специальной литературы, публикации в специализированных периодических изданиях («Коммерсантъ», «Эксперт», «Деньги» и т.п.). В этом случае студент обязан отразить в курсовой работе свое мнение о том, какая из точек зрения представляется ему наиболее правильной и обосновать этот вывод.

При подборе материала и написании курсовой работы, студент должен использовать не менее 20 источников различных видов. Недопустим тот факт, когда курсовая работа строится на основании одного источника, в т.ч. Internet-ресурса.

При использовании фактического материала необходимо соблюдать следующие правила:

- 1) данные следует приводить в сравнимых единицах измерения;
- 2) для доказательства определенной закономерности, тенденции требуется привести хронологический ряд данных, который бы раскрыл сущность экономического процесса.
- 3) для наглядности цифровые данные могут быть сведены в таблицы, диаграммы и графики, т.е. подвергнуты обработке.

После определения темы курсовой работы студент должен ознакомиться со степенью ее разработанности в литературе. Этот процесс предполагает:

– углубленное изучение учебников и учебных пособий по разделам, посвященным теме исследования. (В список литературы в курсовой работе эти источники включать только в том случае, если тема предполагает их непосредственный анализ);

– ознакомление с научной литературой по избранной теме: работами крупных ученых (как минимум 2 работы), наиболее серьезными монографиями (2-5 книг), журнальными (за последние 5-6 лет) и газетными (за последний год) статьями, а так же Internet-источниками;

– изучение законодательных актов Российской Федерации, относящихся к теме курсовой работы;

– подборка статистического материала по теме курсовой работы (по мировой экономике, экономике России) на основе данных статистических организаций, публикуемых в статистических изданиях, научной литературе, периодической печати, в Интернете.

Статистические материалы следует обработать. Абсолютные величины следует перевести в относительные, показать динамику явления, изменения в структуре. Цифровые данные целесообразно свести в таблицы, построить диаграммы и графики. Затем весь этот материал следует проанализировать в тексте работы, сделать выводы. Следует указать источники статистических данных.

Следует обратить внимание, что освоение процесса сбора материала, изучения и обработки источников является важной составляющей высшего образования. Поэтому студенту следует стремиться к наибольшей самостоятельности в этой области.

При подборе источников следует пользоваться каталогами научных библиотек, библиографическими указателями в соответствии с проблемой своей курсовой работы.

Подборку статей по теме курсовой работы целесообразно начинать, используя последние за год номера журналов.

3 Структура и содержание курсовой работы

Курсовая работа – это самостоятельное исследование одной из актуальных проблем институциональной экономики. Она должна удовлетворять следующим требованиям:

1) Отражать современный научно-теоретический и практический уровень исследований рассматриваемых проблем.

2) Содержать самостоятельный анализ, собственные оценки и выводы.

3) Основываться на достоверных данных, статистических материалах, результатах проведенных расчетов и т.п.

4) Изложение материала должно быть целостным, логичным, последовательным, лаконичным и соответствовать нормам русского литературного языка.

5) Отвечать правилам оформления письменных работ.

6) Исключать дословное заимствование текста из учебной литературы и Internet-сайтов.

При написании курсовой работы, независимо от избранной темы, следует придерживаться следующей структуры и логики изложения: введение, основная часть (2-3 главы), заключение, список использованной литературы, приложения.

- Введение – это формализованный раздел, который должен содержать

следующие рубрики:

- Актуальность темы исследования – обоснование теоретической и практической важности выбранной для исследования проблемы.

- Цель и задачи курсовой работы – краткая и четкая формулировка цели проведенного анализа и нескольких задач, решение которых необходимо для достижения поставленной цели.

- Объект исследования – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. Предмет исследования – это то, что находится в границах объекта. Именно предмет определяет тему исследования. То есть объект и предмет соотносятся как целое и часть, общее и частное.

- Структура работы – краткая аннотация структуры и содержания работы. Например: курсовая работа состоит из введения, 2 глав и заключения. В I главе – рассматривается.... Во II главе – анализируется... и даются рекомендации по.... В заключении приведены основные выводы, полученные в результате проведенного исследования.

Студент должен строго соблюдать приведенные здесь последовательность и названия рубрик. Объем введения не должен превышать двух – трех страниц.

В основной части работы описывается сущность предмета исследования, его современное состояние и тенденции развития. Основная часть работы разделяется на теоретическую и аналитическую.

В теоретической части на основе обзора учебной и специальной научной литературы оценивается степень изученности исследуемой проблемы. Сопоставляются различные мнения, высказывается собственная точка зрения дискуссионным (по-разному освещаемых в научной литературе) и нерешенным вопросам. Содержание этой части должно показать степень знакомства студента с поставленной проблемой и современным научно-теоретическим уровнем исследований в данной области, а также умение работать с фактическим материалом, сжато и аргументировано формулировать задачи и результаты исследований и давать обоснованные рекомендации по решению выявленных проблем.

Назначением аналитической части является подробное раскрытие темы. Если в теоретической части основное внимание должно быть уделено общеметодологическому подходу данного исследования, то в аналитической части раскрываются конкретные методы решения той или иной институциональной проблемы, которые должны быть проиллюстрированы соответствующими примерами и цифрами.

Материалами для анализа могут быть: статистическая отчетность, результаты социологических исследований и т.п. При этом необходимо помнить, что информация со временем существенно устаревает, поэтому ее «возраст», как правило, не должен превышать 4–5 лет.

Каждая глава должна содержать не менее двух и не более четырех вопросов. При этом необходимо стремиться к пропорциональному (по объему) распределению материала между главами и внутри них.

Заключение – краткое изложение основных, наиболее существенных результатов проведенного анализа, сформулированных в виде выводов, соответствующих цели и поставленным во введении задачам исследования. Объем данной части – одна – две страницы.

Список используемых источников – перечень источников информации, использованных в процессе подготовки курсовой работы. Список должен содержать не менее 20 современных источников, изученных студентом. На все приведенные в списке источники должны быть ссылки в тексте курсовой работы.

Приложения – иллюстративно-графические и/или расчетные материалы, которые нецелесообразно приводить в основном тексте курсовой работы.

В процессе написания курсовой работы студентам рекомендуется постоянно проверять подготовленный текст на соответствие указанным требованиям.

4 Порядок выполнения курсовой работы

Выполнение курсовой работы целесообразно разделить на 6 этапов:

- 1) выбор темы;
- 2) подбор и изучение литературы;
- 3) составление плана работы;
- 4) собрание и обработка фактического и статистического материала;
- 5) написание курсовой работы;
- 6) защита курсовой работы.

Тема курсовой работы студентом выбирается самостоятельно из числа тех, которые рекомендуются данными методическими указаниями. В отдельных случаях студенту предоставляется право предложить тему, не включенную в список. После выбора темы нужно самостоятельно изучить по каталогу литературу, составить список необходимой литературы, подобрать ее и изучить.

После подбора и изучения литературы студент должен составить тщательно продуманный план курсовой работы, который призван способствовать более полному раскрытию основных ее вопросов. Составленный план работы представляется для согласования преподавателю экономической теории, который консультирует студента.

Для написания курсовой работы нужны как литературные источники, так и фактические материалы, на основе которых можно сделать обоснованные выводы о происходящих процессах и явлениях в экономической жизни общества, о закономерностях развития.

Следует, однако помнить, что использование фактического материала в курсовой работе не должно приводить к наводнению ее большим количеством цифр. Необходимо стремиться к тому, чтобы данных было немного, но новейших, типичных, выразительных и убедительных.

5 Требования к оформлению курсовой работы

Курсовая работа, в общем случае должна содержать:

- текстовый документ (отчет);
- демонстрационные листы (плакаты).

Текстовый документ должен включать в указанной ниже последовательности: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения. Текст должен сопровождаться иллюстрациями (графиками, диаграммами, схемами, фотографиями и т.п.), количество которых должно быть достаточным для раскрытия содержания. Все иллюстрации именуется в тексте рисунками, порядок оформления которых изложен ниже.

Демонстрационные листы в виде схем, графиков, фотографий, диаграмм являются элементами текстового документа и служат для наглядного представления материала работы при ее публичной защите. Законченная курсовая работа должна быть переплетена в твердую обложку.

Правила оформления курсовой работы предусматривают единый порядок использования и размещения текста работы, а также приложений, применение стандартного формата бумаги, наличие демонстрационного материала. Объем курсовой работы должен составлять 25-30 листов (страниц) текста. Текст должен быть выполнен на русском языке.

Оформление текста курсовой работы выполняют в соответствии с требованиями настоящего стандарта, ГОСТ 7.32 и ГОСТ 2.105. Страницы текста, включая иллюстрации и таблицы, должны соответствовать формату А4 (210x297 мм) по ГОСТ 9327.

Текст должен быть выполнен с одной стороны листа белой бумаги рукописным способом, а также с применением печатающих и графических устройств ЭВМ с

соблюдением следующих размеров полей: левое – 20 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. При наборе текста в Microsoft Word следует придерживаться следующих требований: основной шрифт Times New Roman или Arial, размер шрифта 14 пунктов, цвет – черный, абзацный отступ 10 мм, межстрочный интервал – полуторный. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Страницы текстового документа следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер на этой странице не проставляют. Номер страницы без точки проставляют в центре нижней части листа.

Таблицы и иллюстрации большого формата (не более А4) допускается располагать на отдельных листах с поворотом листа по часовой стрелки на 90°. Такие листы включают в общую нумерацию страниц. Иллюстрации, таблицы и распечатки с ЭВМ, большего размера, допускается выполнять на листах формата А3. При этом лист должен быть сложен в формат А4 «гармоникой» по ГОСТ 2.501 и учитываться как один, размещается в приложении.

Повреждение листов текстового документа, помарки и следы не полностью удаленного текста не допускаются.

Титульный лист. Пример заполнения титульного листа приведен в приложении Б.

Содержание. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка, симметрично тексту, с прописной буквы. В содержание включают введение, наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименование каждого приложения с указанием страниц. Пример оформления содержания приводится в приложении Г.

Введение. Слово «Введение» записывают в виде заголовка, симметрично тексту, с прописной буквы.

6. Защита курсовой работы

Защита курсовой работы проводится комиссией из числа преподавателей кафедры экономики и маркетинга. В состав комиссии входят 2-3 преподавателя, включая научного руководителя тех студентов, которые защищают курсовую работу.

Защита является одним из основных элементов выполнения курсовой работы и ее результаты влияют на итоговую оценку.

Курсовая работа должна быть представлена на кафедру экономики маркетинга не позже, чем за 10 дней до защиты.

Выступление по материалу курсовой работы должно занимать до 5-7 минут. В ходе защиты задача студента – показать углубленное понимание вопросов конкретной темы, хорошее владение материалом по теме.

Оценку «отлично» получают те работы, в которых содержатся элементы научного творчества, формулируются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний экономической литературы по данной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

Оценку «удовлетворительно» студент получает в случае, когда не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснение выводам и теоретическим положениям данной работы.

При неудовлетворительной оценке работы, а также при неявке автора на защиту по уважительной (подтвержденной документально) причине, возможно назначение дополнительного срока защиты.

Защита курсовой работы – это подведение итогов самостоятельной работы студента и получение права допуска к экзамену по дисциплине.

Лучшие курсовые работы могут быть рекомендованы на конкурс научных студенческих работ, использованы для выступления на студенческих конференциях.