

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Теория конкуренции»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»**

1. Цель дисциплины:

сформировать у студентов знания в области теории и практики конкуренции как базового экономического процесса, основанного на росте конкурентоспособности фирм, как перспективного направления развития систем в условиях высокой степени изменчивости среды, что будет способствовать воспитанию у будущих специалистов в области менеджмента нового управленческого мышления, необходимого для успешной работы в российском бизнесе.

Изучается в 3 семестре (очная форма), 5 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- проанализировать актуальные конкурентные стратегии, их особенностей и перспективы применения;
- изучить методы конкурентной борьбы и принципы их выбора;
- проанализировать критерии определения конкурентного потенциала фирмы в конкурентной борьбе;
- проанализировать факторы конкурентоспособности товара;
- сформировать параметры конкурентоспособности работников;
- определить пути формирования конкурентоспособности организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля инвариантных для направления подготовки дисциплин.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Экономическая история», «Введение в специальность», «Теория и история менеджмента», «Теория организация и организационное поведение», «Маркетинг».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Бизнес-планирование», «Коммерческая деятельность», «Стратегический маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (**ОНК-2**).

Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению (**ПКН-1**).

Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (**ПКН-5**).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- содержание понятия конкуренция;
- существующие методики анализа деятельности бизнес-единиц;
- основные типы конкурентов и конкурентных стратегий;
- конкурентные силы и факторы, способствующие их становлению;
- методику сбора и анализа информации, необходимой для анализа рынка;

уметь:

- анализировать и прогнозировать тенденции изменения рынка, влияющие на характер конкуренции;
- определять конкурентное положение компании;
- осуществлять постановку задач при разработке конкурентных стратегий;

владеть:

- современным инструментарием анализа рынков;
- алгоритмом разработки стратегии организации с учетом результатов конкурентного анализа, способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 54 час.

Лекции 18 час.

Семинарские и практические занятия 36 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 90 час.

В т.ч. реферат

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 144 часа (4 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 16 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 12 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 128 час.

В т.ч. реферат

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 144 часа (4 з.е.).