

**ИНСТИТУТ ЗАКОНОВЕДЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ВПА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА, УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И ЭКОНОМИКИ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ»**

Направление подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»
(уровень бакалавриата)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Тематический план	3
2. Планы семинарских занятий	5
3. Задания для самостоятельной работы студентов.....	11
4. Методические рекомендации по выполнению контрольно- курсовой работы, включая перечень тем	14
5. Перечень вопросов к экзамену.....	18

\

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
по дисциплине «Конкурентный анализ»
для студентов
заочной формы обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Кол-во аудиторных часов				Сам. раб.	Прим	
			Всего ауд. час	Кол-во часов по видам дисциплин					
				ЛЗ	СЗ	ПЗ			Др. вид. зан
1	Методы конкурентного анализа	20	2	1	1		18	ПК-23 ПК-30	
2	Принципы конкурентного анализа	18	2	1	1		16	ПК-23 ПК-30	
3	Конкурентное преимущество предприятия	18	2	1	1		16	ПК-23 ПК-30	
4	Продуктовая стратегия фирмы	17	1		1		16	ПК-23 ПК-30	
5	Маркетинг в стратегии фирмы	18	2	1	1		16	ПК-23 ПК-30	
6	Конкуренция, конкурентные силы и конкурентоспособность	17	1		1		16	ПК-23 ПК-30	
7	Качество — важнейший фактор конкурентоспособности товара	18	2	1	1		16	ПК-23 ПК-30	
8	Недобросовестная конкуренция как экономическая и правовая категория	18	2	1	1		16	ПК-23 ПК-30	
	Выполнение и защита контрольно-курсовой работы								
	Экзамен								
	ИТОГО	144	14	6	8		130		

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ **по дисциплине «Конкурентный анализ»**

Рекомендуемые учебные пособия по курсу:

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
3. Голдобин Н.Д. Практикум по маркетингу: Учебно-методическое пособие для студентов очной формы обучения. – Ярославль: Ремдер, 2003.- 74 с.
4. 12. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Юнити-дата, 2001. – 187 с.
5. Мельниченко Н.Ф. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Н.Ф.Мельниченко, ЯФ МЭСИ. – Ярославль: Ремдер, 2005. – 156 с.
6. Прескотт Дж., Миллер С.Х. Конкурентная разведка. Уроки из окопов.- Изд.: Альпина Бизнес Букс, 2002. – 286 с.
7. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации: Учебно – практич. Пособие. – М.: Юристъ, 2001. – 256 с.
8. Шевчук Д. А. Организация и финансирование инвестиций: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс, 2006.
9. Шевчук Д. А. Рынок ценных бумаг: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс, 2006.
10. Шевчук Д. А. Основы банковского дела: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс,

Рекомендуемые периодические издания по курсу

Вестник Адыгейского государственного университета

Вестник Астраханского государственного технического университета

Вестник Волгоградского государственного университета

Журнал институциональных исследований

Известия Иркутской государственной экономической академии

Известия Томского политехнического университета

Известия Тульского государственного университета

Научные ведомости Белгородского государственного университета

Общество. Среда. Развитие

Проблемы современной экономики

Современная экономика

Экономика, предпринимательство и право

Экономический журнал

Семинар 1

Тема 1

Вопросы:

1. Анализ конкурентной среды
2. SWOT-анализ
3. SPACE-анализ
- 4 PEST-анализ

Литература

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках: Федеральный Закон РФ от 02.02.2006 №19-ФЗ.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 263 с.
4. Бейкер М.Д. Маркетинг. Общие вопросы. – Питер, 1-е изд., 2002. – 1200 с.

Семинар 2.

Тема 2

Вопросы

1. Методы конкурентного анализа
2. Анализ ситуации
3. Отраслевой конкурентный анализ

Литература

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. Березин И.С. Практика исследования рынков. – М.: Бератор-Пресс, 2003. – 376 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое планирование. – М.: Гардарика, 2001.– 423 с.
4. Голдобин Н.Д. Практикум по маркетингу: Учебно-методическое пособие для студентов очной формы обучения. – Ярославль: Ремдер, 2003.- 74 с.Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. Общ. ред. и вступ. ст. Л. И Евенко. М., 1994.

5. Кубасова Т.И. Методологические основы построения контрактной сделки // Экономический журнал. - 2011. № 1. с.38-43
6. Матвеев М.М. Роль рыночного механизма в развитии современного общества Экономика, предпринимательство и право. - 2011. № 1. с. 3-7

Семинар 3

Тема 3

Вопросы

1. Оценки конкурентных преимуществ того или иного продукта
2. Конкурентоспособность продукции и финансовая сила предприятия
3. Преимущества отрасли и стабильность рынка

Литература

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М.: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. Мельниченко Н.Ф. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Н.Ф.Мельниченко, ЯФ МЭСИ. – Ярославль: Ремдер, 2005. – 156 с.
3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 2001. – 211 с.
4. Прескотт Дж., Миллер С.Х. Конкурентная разведка. Уроки из окопов.- Изд.: Альпина Бизнес Букс, 2002. – 286 с.
5. Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б. Курс экономики. – М.: ИНФРА-М, 2012. с. 134-176
6. Романова Л.Е. Проблемы анализа рыночных структур // Известия Тульского государственного университета. - 2010. № 2. с. 15-28
7. Чепурин М.Н., Киселева Е.А. Курс экономической теории. - М.: АСА, 2012. с. 138-189

Семинар 4

Тема 4

Вопросы

1. Технологические факторы окружающей среды
2. Экономические факторы окружающей среды,
3. Социальные факторы окружающей среды

Литература

1. Кулешова А.Б. Конкуренция в вопросах и ответах. – М.: Проспект, 2005. – 254 с.
2. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Юнити-дата, 2001. – 187 с.
3. Маркетинг: Учебник / Под ред. Н.П. Ващекина. – 2-е изд. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 312 с.

4. Мельниченко Н.Ф. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Н.Ф.Мельниченко, ЯФ МЭСИ. – Ярославль: Ремдер, 2005. – 156 с.
5. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 2001. – 211 с.
6. Хисаева А.И. Стратегические и тактические задачи развития российского рынка капитала // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. - 2010. № 126. с. 137-151

Семинар 5

Тема 5

Вопросы

1. Политические факторы окружающей среды
2. Группы влияния
3. Блокирование или затруднению входа новых игроков на рынке
4. Административные барьеры

Литература

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М.: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2002.
3. Шевчук Д. А. Оценка недвижимости и управление собственностью. — Ростов-на-дону: Феникс, 2007.
4. Шевчук Д. А. Организация и финансирование инвестиций: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс, 2006.
5. Переверзева Т.А. Оценка эффективности функционирования институциональной торговой сферы // Проблемы современной экономики. - 2010. № 2. с.132-148
6. Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б. Курс экономики. – М.: ИНФРА-М, 2012. с. 162-186
7. Тишутина О.И. Реформирование бюджетного процесса: основные направления, проблемы и пути их решения // Проблемы современной экономики. - 2012. № 2. с. 45-58

Семинар 6

Тема 6

Вопросы

1. Административные барьеры
2. Конкуренция на основе первичных факторов производства
3. Конкуренция на основе инвестиций

Литература

1. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010. – 480 с.: ил.*
2. Шевчук Д. А. Организация и финансирование инвестиций: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс, 2006.
3. Шевчук Д. А. Рынок ценных бумаг: Учебное пособие. — Ростов-на-дону: Феникс, 2006.
4. Гукасян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы. – М.: ИНФРА-М, 2012. с. 165-190
5. Серов В. М. Инвестиционный менеджмент. М., 2000.
6. Румянцева С.Ю. Проблема движения экономической материи и механизм экономического цикла // Проблемы современной экономики. - 2012. № 1. с.78-91

Семинар 7

Тема 7

Вопросы

1. Конкуренция на основе нововведений
2. Конкуренция на основе богатства
3. Анализ меняющейся рыночной ситуации

Литература

1. Дойль П. Маркетинг – менеджмент и стратегии: Пер. с англ.. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга, 9-е изд. Пер с англ. – М.: изд. дом «Вильямс», 2005. – 1200 с.
3. Кулешова А.Б. Конкуренция в вопросах и ответах. – М.: Проспект, 2005. – 254 с.
4. Фетисова О.В. Современные тенденции развития мировой торговли // Вестник Волгоградского государственного университета. - 2009. № 2. с.72-84
5. Экономика: учебное пособие для неэкономических специальностей вузов/ под ред. Сидорова В.А. – М.: Экономистъ, 2007. с. 186-232

Семинар 8

Тема 8

Вопросы

1. Качество — важнейший фактор конкурентоспособности товара
2. Эволюция управления качеством
3. Качество — важнейший фактор конкурентоспособности товара
4. Продуктовая стратегия фирмы

Литература

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
2. Березин И.С. Практика исследования рынков. – М.: Бератор-Пресс, 2003. – 376 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое планирование. – М.: Гардарика, 2001.– 423 с.
4. -Голдобин Н.Д. Практикум по маркетингу: Учебно-методическое пособие для студентов очной формы обучения. – Ярославль: Ремдер, 2003.- 74 с.

1.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

по дисциплине «Конкурентный анализ»

Задания для самостоятельной подготовки

1. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения ассортиментной политики супермаркетов товаров для дома и ремонта г. Тулы (Базовая компания – сеть супермаркетов «Стройся» – планирует обновить свой ассортиментный ряд по направлению «Мебель для ванной комнаты»). 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 цен в автосалонах г. Тулы в сегменте автомобилей для женщин, в т.ч. малолитражек (Базовая компания – автосалон «Шевроле» – планирует обеспечить наличие широкого ассортимента таких автомобилей в своем салоне). 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 местонахождения салонов красоты г. Тулы (базовая компания – новый салон красоты «Новый шик», ориентирующаяся на премиальный сегмент – планирует разместить свою точку в черте города). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
4. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения уровня сервиса в саунах г. Тулы (Базовая компания – сауна «Венеция» – планирует занять лидирующее положение в Томске в своем сегменте). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
5. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения стоимости кредитов банков г. Тулы (Базовая компания – банк «Восточный Экспресс» – хочет привлечь клиентов за счет минимальных ставок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
6. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения эффективности мерчендайзинга в магазинах тканей г. Тулы (базовая компания – магазин тканей «Восторг» – занялась повышением эффективности собственного мерчендайзинга). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
7. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения рекламной активности риэлтерских компаний (Базовая компания – риэлтерская фирма «Новоселье» – переживает кризис, связанный с понижением спроса, и пытается выявить его причины). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
8. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения квалификации персонала (наличие ученой степени, почетных званий) медицинских центров г. Тулы (базовая компания – медицинский центр «Доктор Борменталь» – 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.
9. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения эффективности сервиса компаний-автомоек (Базовая компания «Шик-блеск» планирует занять лидирующие позиции на рынке, в т.ч. за счет повышения сервисных услуг). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
 10. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения стратегий развития национальных исследовательских университетов (базовая организация – ТГАСУ – планирует попасть в их число за счет уникальной и амбициозной стратегии развития). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
 11. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения системы скидок компаний, торгующих сантехникой (Базовая компания – магазин «Водолей» – планирует разработать наиболее оптимальную для клиентов-монтажников систему скидок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
 12. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества предоставления услуг юридическими агентствами г. Тулы (Базовая компания – фирма «Юст-гранд» – считает уровень качества своих услуг относительно низким и желает его повысить). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
1. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен в ресторанах г. Тулы (Базовая компания – ресторан «Стреза» – планирует расширить долю на рынке за счет снижения издержек и цен). 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 цен и других значимых условий на услуги интернет-провайдеров г. Тулы (Базовая компания – «Би-лайн» – планирует стать лидером на тульском рынке интернет-провайдинга). 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 цен и других значимых условий в ночных клубах г. Тулы (Базовая компания – клуб-ресторан «Шляпин» – заметил нехарактерное снижение спроса на свои услуги). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
 4. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий на рынке продуктовых супермаркетов г. Тулы (Базовая компания – федеральная сеть супермаркетов «Магнит» – планирует вход на тульский рынок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
 5. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества бензина на автозаправках г. Тулы (Базовая компания – сеть заправок «Газпром» – поставила целью стать лидером на тульском рынке за счет продажи бензина самого высокого качества). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

форме.

6. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения мерчендайзинга кофеен г. Тулы (Базовая компания – новая кофейня «ТриКо» – планирует вход на тульский рынок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
7. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения ассортимента и других значимых условий на рынке книготорговли г. Тулы (Базовая компания – сеть книжных магазинов «Студент» – планирует расширить ассортимент и занять лидирующие позиции на тульском рынке). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
8. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий в оптиках г. Тулы (Базовая компания – салон очков «Фокус» – планирует вход на тульский рынок и быстрое завоевание высокой рыночной доли). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
9. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий на рынке доставки чистой питьевой воды (Базовая компания – ООО «Любимая вода» – планирует повышение цен и боится потерять часть рынка). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
10. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения профессионализма сотрудников агентств по организации праздников (Базовая компания – агентство «Торжество» – заметила снижение спроса на свои услуги и ищет причины этого). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
11. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения сервиса в кинотеатрах г. Тулы (Базовая компания – новый кинотеатр «Колизей» – планирует вход на тульский и завоевание на нем лидирующих позиций). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.
12. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества клининговых компаний г. Тулы (Базовая компания – фирма «Мойдодыр» – планирует расширить свою долю на тульском рынке). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНО-КУРСОВОЙ РАБОТЫ

по дисциплине «Конкурентный анализ»

I. Общие требования к выполнению контрольно-курсовых работ

Контрольно-курсовая работа, выполняемая студентами, предусмотрена учебным планом и является обязательным видом учебной работы в межсессионный период. Ее выполнение позволяет более глубоко изучить и усвоить дисциплину, отработать учебный материал. Контрольно-курсовая работа должна быть написана студентом под руководством преподавателя кафедры самостоятельно.

Выполнение контрольно-курсовой работы требует от студента знания существа вопроса и умения изложить его письменно, демонстрирует умение собрать и обобщить факты, произвести анализ, сделать собственные выводы и предложения.

Тематика контрольно-курсовых работ, предлагаемая данными методическими указаниями, исходит из программы дисциплины. Студент в соответствии со своими наклонностями выбирает тему из предлагаемого перечня. При затруднении в выборе преподаватель может порекомендовать какую-либо иную тему, учитывая индивидуальные возможности и интересы студента. Студент может сам предложить тему работы, не указанную в перечне, но связанную с его интересами в учебной работе или с его практической деятельностью, однако необходимо обязательно обсудить ее с преподавателем. Вся подготовительная работа (подбор литературы, согласование плана с руководителем и т.д.) должна быть окончена не позднее двух месяцев до срока сдачи работы. На одной из консультаций студент обязательно представляет руководителю план контрольно-курсовой работы и список литературы для согласования.

II. Составление плана контрольно-курсовой работы и сбор материала

План определяет основное содержание работы, дает общую ориентацию в материале темы, обеспечивает последовательность изложения и правильный отбор материала. Текст работы нужно делить на части (разделы) в соответствии с планом. Каждый раздел работы в тексте должен быть озаглавлен.

Для составления плана необходимо ознакомиться с основными литературными и другими источниками. Подбор литературы (монографий, статей в журналах, статистические сборники и др.) проводится по каталогам (в т.ч. компьютерным) в публичных библиотеках и библиотеке Тульского государственного университета. Кроме того, используются материалы Интернета и других электронных источников. Желательно использовать литературу на иностранных языках, включая периодические издания. **Обязательно** обращаться к ежегодникам и другим статистическим изданиям Российской Федерации и, при необходимости, к международной статистике. **Обязательно** использование законодательных актов и других нормативных материалов Российской Федерации.

Нормативные материалы (законы, постановления и т.д.) печатаются в официальных изданиях ("Собрание законодательства Российской Федерации", "Российская газета"), а также в других изданиях, содержатся в компьютерных системах «Гарант» и «Консультант».

III. Оформление работы

Контрольно-курсовая работа должна быть напечатана на компьютере через 1,5 интервала чисто и грамотно, с частыми абзацами и полями 2 см. Сокращения слов, кроме

общепринятых, не допускаются.

Страницы текста должны быть пронумерованы. Объем работы рекомендуется в пределах 1 п.л. (24 стр. на компьютере через 1,5 интервала). Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что студент не сумел отобрать и переработать нужный материал.

К тексту должен быть приложен пронумерованный иллюстративный материал (схемы, диаграммы, таблицы и др.), а также список использованных литературы и источников. В тексте обязательно должны быть ссылки на литературные и статистические источники, лучше всего в подстрочных примечаниях. Цитаты, а также статистические данные должны быть снабжены ссылками на источники, из которых они взяты.

При составлении списка литературы в перечень включаются только те источники, которые **действительно были использованы** при подготовке к написанию работы.

Под использованием источников и литературы понимается следующее:

1. Точное цитирование.
2. Использование мысли автора цитируемого источника, однако сама мысль выражается словами автора работы.
3. Указание на ознакомление с источниками и литературой без прямого заимствования. Образец цитирования (в подстрочных примечаниях).

Список использованных источников составляется строго в алфавитном порядке, сначала на русском языке, затем на иностранных. Порядок расположения источников и литературы следующий: законы РФ, указы Президента, постановления Правительства, решения министерств и ведомств; печатные работы (книги и статьи); периодика.

Для электронных источников указываются сайт Интернета и названия компакт-дисков с использованными материалами.

Введение, как правило, пишется на 1-1,5 страницах. В нем необходимо обосновать выбор темы, ее актуальность, место и роль в курсе, сформулировать цель и задачи работы.

В основной части работы с помощью источников раскрывается содержание темы. Контрольно-курсовая работа может содержать обзор источников по теме или анализ, систематизацию документов, мнений, статей. Содержание работы должно быть логически выстроено и раскрывать сущность исследования. Рекомендуется разделить основную часть на три главы.

Заключение пишется на 1-2 страницах. В нем студент обобщает изложенный в работе материал, формулирует выводы и делает предложения.

В конце работы приводится список использованной литературы, в котором должны быть указаны фамилия и инициалы автора в алфавитном порядке, точное название книги (статьи), наименование издательства, год издания.

Материал работы должен быть изложен логически грамотно и разборчиво, разделен на вопросы в соответствии с планом.

Каждая контрольно-курсовая работа должна иметь:

1. Титульный лист.
2. План
3. Введение, текстовое изложение материала, разбитое на главы (разделы) с заголовками, соответствующими плану, и заключение.

4. Иллюстративный материал (в тексте или в виде приложения).
5. Список использованных источников и литературы.

Титульный лист оформляется по следующему обязательному образцу:

<p>Кафедра менеджмента КОНТРОЛЬНО-КУРСОВАЯ РАБОТА по дисциплине "Конкурентный анализ" Тема _____ нил(а): студент группы ____ . _____ Ф.И.О. Проверил: _____ (Звание, должность) Тула-200_г.</p>

Перечень тем контрольно-курсовых работ по дисциплине
«Конкурентный анализ».

1. Задачи статистики рынка.
2. Система показателей статистики рынка.
3. Информационная база оценки рынка товаров и услуг.
4. Подходы к оценке конкурентоспособности.
5. Сущность процесса конкурентного анализа.
6. Факторы эффективности процесса.
7. Процесс планирования программы, основные методы оценки и их основные характеристики.
8. Конъюнктура рынка и основные показатели её изучения.
9. Анализ потенциала и ёмкости рынка
10. Пропорциональность рынка.
11. Тенденция развития рынка.
12. Колеблемость, устойчивость и цикличность рынка.
13. Региональные различия состояния и развития рынка.
14. Масштаб (размер) рынка, уровень монополизации и конкуренции.
15. Тенденции рынка и особенности его развития.
16. Динамические ряды показателей-индикаторов рынка и показателей деловой активности.
17. Анализ пропорциональности развития рынка.
18. Анализ тенденция развития, колеблемости и цикличности рынка.
19. Прогнозные оценки рыночной ситуации
20. Модели и методы конкурентной разведки.
21. Правовое регулирование конкурентной разведки.
22. Сравнительный анализ конкурентной среды.
23. Глубинное исследование основных конкурентов.
24. Разработка стратегии развития компании на основе данных конкурентной разведки.
25. Оценка рыночной доли фирмы и интенсивности конкуренции
26. Оценка конкурентоспособности фирмы по показателям использования человеческих ресурсов

27. Оценка конкурентоспособности фирмы по показателям финансовой стабильности
28. Оценка уровня конкурентоспособности фирмы по показателям научно-исследовательского и производственного потенциала

Перечень вопросов для подготовки к экзамену
по дисциплине «Конкурентный анализ».

1. Генезис конкурентного анализа.
2. Специфические характеристики конкурентного анализа.
3. Определение целевых установок и методологических принципов конкурентного анализа.
4. Идентификация объекта, субъекта и предмета конкурентного анализа.
5. Классификация форм и организация получения исходной информации.
6. Установление совокупности методов получения информации для проведения конкурентного анализа.
7. Разработка системы аналитических показателей конкурентного анализа.
8. Определение направлений использования аналитических результатов.
9. Классификация информации о конкурентах.
10. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации.
11. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников.
12. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения.
13. Классификация методов сбора информации о конкурентах
14. Задачи и принципы конкурентной разведки, ее отличие от методов промышленного шпионажа.
15. Каналы утечки информации.
16. Особенности службы конкурентной разведки на предприятии.
17. Характеристика процесса конкурентной разведки.
18. Оценка эффективности работы службы конкурентной разведки.
19. Использование специальных технологий для обеспечения эффективности процесса сбора данных.
20. Понятие, цели и методы текущего конкурентного анализа.
21. Этапы проведения конкурентного анализа.
22. Анализ условий конкуренции в отрасли и ее интенсивности.
23. Показатели и коэффициенты интенсивности конкуренции. Методы диагностики концентрации на рынке.
24. Выявление существующий конкурентов и предварительных анализ их деятельности.
25. Определение приоритетности конкурентов.
26. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов.
27. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов.
28. Выявление сильных и слабых сторон у существующих конкурентов.
29. Постоянный мониторинг деятельности всех конкурентов на рынке.
30. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.

31. Понятие конкурентоспособности.
32. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности.
33. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.
34. Анализ конкурентоспособности (эффективности) маркетинговой деятельности предприятия.
35. Исследование конкурентоспособности фирмы в целом.
36. Дифференцированный подход к оценке уровня конкурентоспособности.
37. Процесс стратегического планирования.
38. Иерархия формирования стратегии предприятия.
39. Использование результатов конкурентного анализа для формирования краткосрочных конкурентных стратегий предприятия.
40. Стратегии ведения конкурентной борьбы.

Методические и иные материалы по дисциплине «Конкурентный анализ» рассмотрены и утверждены на заседании кафедры менеджмента, управления персоналом и экономики 25.08.2017, протокол № 1.