

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Экономика



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности Б1.В.ОД.11

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Хисамова Э.Д.

Рецензент(ы):

Зайдуллина Ч.Н.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Демьянова О. В.

Протокол заседания кафедры No _____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: экономика):

Протокол заседания УМК No _____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No 950024918

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Хисамова Э.Д. кафедра экономики производства Институт управления, экономики и финансов , EDHisamova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель - обучение теории и методологии анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности; формирование практических навыков оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности и управления конкурентными преимуществами.

В процессе изучения дисциплины необходимо решить следующие задачи:

- исследовать теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности;
- изучить методические подходы к анализу конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности;
- обосновать применение конкретных методов и инструментов для выявления ключевых факторов успеха предприятия и региона и управления конкурентными преимуществами.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.11 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.01 Экономика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Дисциплина "Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности" включена в раздел Б3.В7 профессионального цикла дисциплин и относится к вариативной части. Осваивается на третьем курсе (семестр 6).

Изучению дисциплины "Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности" предшествует освоение следующих дисциплин: "Экономика организаций", "Организация производства", "Организация инновационной деятельности предприятия", "Стратегическое планирование", "Ценообразование", "Организация системы управления качеством".

Дисциплина "Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности" способствует освоению следующих дисциплин: "Бизнес-планирование", "Финансовое планирование и бюджетирование", "Организация бизнес-процессов предприятия", "Анализ и оценка рисков".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-10	- способности использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10).
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способности на основе изучения теоретических и методологических подходов к анализу конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-6);

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-7	- способности анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений по оценке конкурентоспособности, управлению конкурентными преимуществами и привлечению инвестиций (ПК-7);

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- методологические подходы к анализу конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности;
- уровни конкурентоспособности и виды инвестиционной привлекательности;
- современное состояние теории конкуренции и конкурентных отношений;
- соотношение понятий конкурентоспособности предприятия и его продукции;
- факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия;
- факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность;
- роль цены и качества в управлении конкурентоспособностью товара;
- модели оценки конкурентоспособности страны;
- способы привлечения инвестиций;
- методику анализа конкурентоспособности товара и предприятия;
- методику анализа инвестиционной привлекательности предприятия и региона;
- систему показателей для интегральной оценки инвестиционной привлекательности предприятия;
- источники конкурентного преимущества предприятия;
- методы и инструменты управления конкурентными преимуществами

2. должен уметь:

- применять методики оценки и анализа конкурентоспособности товара и предприятия;
- применять методику анализа инвестиционной привлекательности предприятия и региона;
- выявлять ключевые факторы успеха предприятия и региона и источники конкурентных преимуществ;
- принимать управленческие решения по повышению конкурентоспособности товара и предприятия; выявлению и регулированию конкурентными преимуществами; привлечению инвестиций;

3. должен владеть:

- методикой диагностики конкурентной среды предприятия;
- методикой анализа деятельности конкурентов;
- методикой анализа конкурентоспособности товара, предприятия и страны;
- методикой анализа инвестиционной привлекательности предприятия и региона;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- обосновывать выбор объектов оценки и анализа конкурентоспособности товара и предприятия;
- выделять систему единичных и комплексных показателей и рассчитывать интегральный показатель конкурентоспособности товара;

- определять и рассчитывать систему критериев и показателей для анализа конкурентоспособности предприятия;
- выделять систему аналитических показателей инвестиционной привлекательности предприятия;
- проводить анализ конкурентоспособности товара и предприятия;
- проводить анализ инвестиционной привлекательности предприятия;
- разрабатывать систему мероприятий по повышению конкурентоспособности товара, предприятия и привлечению инвестиций;
- управлять конкурентными преимуществами.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. Теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности	6		4	4	0	
2.	Тема 2. Тема 2. Теоретические основы конкурентоспособности товара и предприятия	6		4	4	0	
3.	Тема 3. Тема 3. Управление конкурентоспособностью страны	6		4	4	0	
4.	Тема 4. Тема 4. Методические подходы к анализу конкурентоспособности товара и предприятия	6		4	4	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Тема 5. Анализ инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта	6		4	6	0	
6.	Тема 6. Тема 6. Управление конкурентными преимуществами	6		6	6	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1. Теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Конкуренция ? очень обширное понятие, характеризующее взаимодействие двух и более объектов, каждый из которых стремится получить доступ к использованию ограниченных ресурсов. В природе такими объектами являются растения или животные, которые конкурируют за пищу. В бизнесе такими объектами являются компании или индивиды, которые ведут борьбу за внимание клиента, его решения и ресурсы. В этой борьбе большое значение имеет понимание нужд и интересов клиента. Важно знать, что именно ищет покупатель на рынке и кто и как создает для него потреби- тельские ценности. Можно анализировать конкуренцию с разных точек зрения. В данной главе конкуренция рассмат- ривается в контексте позиционирования на рынке. Именно этот контекст формирует основы понимания современной конкуренции на рынках.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Концепция конкурентоспособности (competitiveness). Методологические подходы к конкурентоспособности: системно-диалектический; конструктивистский (функциональный); объективистский; комбинированный (критический). Экономическое содержание понятий конкуренции и конкурентоспособности. Современное состояние теории конкуренции и конкурентных отношений. Конкуренция и рыночная структура. Модели конкуренции. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Конкуренция на мировом рынке и ее особенности. Современная парадигма развития конкуренции. Конкурентоспособность как объект анализа и управления. Конкурентоспособность на различных уровнях: микро-, мезо-, макроконкурентоспособность. Объекты, обладающие конкурентоспособностью: товары; предприятия (производители товаров); регионы (районы, области, страны или их группы). Субъекты, оценивающие конкурентоспособность объектов: потребители, производители, инвесторы, государство. Инновационный подход к изучению конкурентоспособности товара, предприятия и страны. Конкурентоспособность основа привлечения инвестиций. Понятие инвестиционной привлекательности предприятия и региона. Виды инвестиционной привлекательности организации. Способы привлечения инвестиций на уровне предприятия. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия: внешние и внутренние. Характеристика инвестиционной привлекательности предприятий с различной организационно-правовой формой. Инвестиционная привлекательность регионов (investment preference of regions): параметры и показатели. Необходимость оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. Цели оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Тема 2. Тема 2. Теоретические основы конкурентоспособности товара и предприятия лекционное занятие (4 часа(ов)):

Конкретный рынок ? это группа потребителей с некоторым набором потребностей, которые могут быть удовлетворены одним или несколькими товарами. Конкретная отрасль ? это группа предприятий, которые производят товары и предлагают их рынку. Существуют классификации отраслей, в рамках которых отрасль определяется как группа предприятий, производящих сходные товары или услуги, использующих идентичную квалификацию, имеющих аналогичные процессы производства, технологии, каналы поставки и распределения товаров. В качестве примеров можно привести Стандартную отраслевую классификацию (Standard industrial classification, SIC), действующую в Великобритании, или Основную номенклатуру продукции по видам деятельности стран Европейского сообщества (Nomenclature generale des activites economiques dans les Communautes Europeennes, NACE). В России действует Общероссийский классификатор продукции по видам деятельности (ОКПД). В практическом плане определение отрасли в соответствии с классификаторами может оказаться бесполезным для решения стратегических задач в силу чрезмерного агрегирования видов деятельности. Для решения стратегических задач отрасль нужно определять, точно привязывая ее к продукции и услугам, территории и конкурирующим предприятиям. Для этого необходимо знать, какую потребительскую ценность вы поставляете на рынок, обрисовать соответствующий рынок и его территориальные границы. Иными словами, требуется сначала описать потребителей этой продукции или услуг, затем ? все компании, предлагающие свою продукцию на этом рынке. При таком подходе можно вести анализ очень специфических предложений и потребительских ценностей. Конкурентная среда складывается как двухслойная конструкция. Первый слой этой конструкции ? рынок, второй ? отрасль как группа предприятий.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Экономическое содержание понятия конкурентоспособность товара. Основные категории, определяющие конкурентоспособности товара: соответствие товара требованиям стандартов; качество товара (технический уровень товара); цена товара; организация технического обслуживания товара; сроки поставок и сроки гарантий; подтверждение соответствия требованиям по безопасности продукции и охране окружающей среды; реклама и авторитет изготовителя продукции и др. Качество как экономическая категория и объект управления. Свойства и показатели качества товара. Построение дерева свойств (составление описания ситуации оценивания, действия при построении дерева свойств, составление более полного перечня показателей для продукции, выпускаемой в ассортименте). Классификация и номенклатура показателей качества. Уровень качества товара. Методы оценки уровня качества товара. Оценка качества разнородной продукции. Определение коэффициентов весомости показателей качества. Формирование, обеспечение и поддержание достигнутого уровня качества товара. Понятия оценки и измерения качества. Виды и методы измерений и требования к ним. Обеспечение единства измерений. Обеспечение достоверности, адекватности и точности измерений и оценок. Принципы и методы управления качеством товара. Основные положения определения оптимального уровня качества. Цена товара: понятие, виды цен, элементы цены. Методы ценообразования: рыночные, затратные и параметрические. Содержание параметрических методов ценообразования. Понятие цены потребления. Регулирующая роль цены и качества в управлении конкурентоспособностью товара. Соотношение понятий конкурентоспособности предприятия и его продукции. Источники и факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия. Типы конкурентоспособности предприятия: фактическая, планируемая, оперативная, реализованная, реализуемая конкурентоспособность. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия: системный, логический, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, маркетинговый, функциональный, процессный, структурный, ситуационный, нормативный, оптимизационный и др. Резервы и пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Тема 3. Тема 3. Управление конкурентоспособностью страны

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Продукт на рынке имеет два измерения ? потребитель-скую ценность и потребительскую цену. Под потребитель-ской ценой понимается вся совокупность затрат, связанная с ?потреблением? данного продукта. Потребительская цена может отличаться от цены продукта в момент совершения покупки. Так, например, у автомобиля есть цена, по которой его можно приобрести, и эксплуатационные затраты. Вместе они составляют то, что принято называть потребительской ценой. Разные производители продуктов или услуг могут устанавливать различное соотношение между потребитель-ской ценностью и ценой. С точки зрения покупателя пред-ставляется справедливым, что более качественный продукт должен иметь большую цену. В этом смысле продукты X и Y, представленные на приведенном выше рисунке (см. с. 121), эквивалентны с точки зрения покупателя в координатах ?цена ? ценность?. Если объединить все возможные эквивалентные со-четания цены и ценности, то мы получим так называемую кривую эквивалентности. Если компания пытается пози-ционировать продукт выше этой кривой ? в точке А, то данная позиция означает, что компания предлагает рынку продукт более низкого качества по более высокой цене. Если компания позиционируется ниже этой кривой ? в точке В, то она предлагает рынку продукт более высокого качества по более низкой цене. Собственно, отраслевая конкуренция направлена на смещение кривой эквивалентности впра-во-вниз. Это смещение возникает тогда, когда кто-либо из игроков в отрасли формирует предложение рынку с более низкой ценой, с более высокими потребительскими ценнос-тями или их комбинацию.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Тема 3. Управление конкурентоспособностью страны Понятие национальной конкурентоспособности (National Competitiveness). Подходы к национальной конкурентоспособности с точки зрения Всемирного экономического форума (World Economic Forum), Международного института управленческого развития (International Institute for Management Development, IMD) и Организации экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD). Основы национальной конкурентоспособности: агрессивность против привлекательности (attractiveness versus aggressiveness); близость против глобальности (proximity versus globality); активы против процессов (assets versus processes); социальная сплоченность против индивидуального принятия рисков (social cohesiveness versus individual risk taking). Три стадии создания структурных основ конкурентоспособности страны: факторная, инвестиционная и инновационная. Модели оценки конкурентоспособности страны. ?Модель ромба? М. Портера. Понятие кластера. Влияние кластеров на конкурентоспособность по М. Портеру. Модель, основанная на определении индекса глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и индекса конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI). Управление конкурентоспособностью страны с точки зрения различных подходов.

Тема 4. Методические подходы к анализу конкурентоспособности товара и предприятия

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Если вместо потребительской цены мы рассмотрим издержки, то можно построить кривую, характеризующую границу эффективности в данной отрасли. Каждая точка кривой показывает, какие минимальные издержки возможны в отрасли при фиксированном значении потребительской ценности. В рамках стратегии низких издержек и в рамках стратегии дифференциации ценовые аспекты конкуренции в отрасли в любом случае направлены на снижение издержек. Конкуренция в отрасли смещает границу эффективности вправо-вниз. Если мы одновременно изобразим на плоскости кривую эквивалентности и границу эффективности, то получим представление о привлекательности той или иной позиции в координатах ?цена ? ценность?. В точках пересечения этих кривых позиция не привлекательна, так как тот, кто занимает такую позицию, не создает экономических выгод для себя. Вместе с тем могут быть позиции, в которых создается максимальная экономическая выгода при сложившейся ситуации на рынке. Эти две кривые могли бы быть очень полезными при решении проблемы позиционирования. Однако построить их для реальных рынков достаточно сложно. Более того, всякое новое действие ведущих игроков рынка, будь то снижение цены или совершенствование продукта, меняет положение данных кривых.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Анализ конкурентоспособности товара: классификация методов, алгоритм оценки. Оценка конкурентоспособности товара на основе параметрических методов. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. Методика анализа конкурентоспособности товара по нормативно-техническим и экономическим показателям. Классификация методов анализа конкурентоспособности предприятия: по теоретическому содержанию; по форме отображения результатов оценки; по форме математической связи показателей и др. Обзор классических методов оценки конкурентоспособности предприятия: продуктовые методы; матричные методы; операционные методы; комбинированные методы. Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с отраслевыми показателями. Методика анализа конкурентоспособности предприятия.

Тема 5. Анализ инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Если строить линейные зависимости на кривой ?цена ? ценность?, то можно получить необходимый набор информации, чтобы перейти к выбору позиции на плоскости ?цена ? ценность? на основе карты ценности. Карта ценности характеризует восприятие потребителями компромисса между ценой и преимуществами. Покупатель может высоко оценивать преимущества того или иного товара, но он может быть не готов платить высокую цену за эти преимущества. Компромисс между ценой и ценностью устанавливается в терминах воспринимаемой цены и воспринимаемых преимуществ. Компромиссная ценность продукта или услуги может пониматься как разница между воспринимаемыми преимуществами и воспринимаемой ценой. Ценность шикарного автомобиля в глазах покупателя может быть очень высокой, но если он не способен заплатить запрашиваемую цену, компромиссная ценность близка к нулю. Эта машина становится предметом зависти, а не стимулом к принятию решения о покупке.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 5. Анализ инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта Подходы к анализу инвестиционной привлекательности предприятия: традиционный и системный. Субъекты, объекты и задачи анализа инвестиционной привлекательности. Методика анализа инвестиционной привлекательности предприятия. Источники информации для проведения расчетов интегрального показателя инвестиционной привлекательности. Система показателей для интегральной оценки инвестиционной привлекательности. Показатели оценки: имущественного состояния, платежеспособности, ликвидности активов, прибыльности, деловой активности, рыночной активности инвестиционного объекта. Методика анализа инвестиционной привлекательности организации-эмитента. Система аналитических показателей инвестиционной привлекательности организации-эмитента корпоративных финансовых инструментов. Рыночная капитализация как индикатор инвестиционной привлекательности компании. Анализ оборотных активов в оценке инвестиционной привлекательности. Анализ потребности в оборотных активах. Факторный анализ оборотных активов. Прогнозный анализ оборотных активов в условиях изменяющейся бизнес-среды и риска. Анализ производных инвестиционной привлекательности организации. Фор-мализованное описание бизнес-процессов. Система показателей экономического анализа стоимости компании. Система показателей оценки эффективности долгосрочных инвестиций. Экономический анализ в процессе обоснования и реализации инвестиционно-строительных проектов. Система показателей анализа эффективности сделок слияний (поглощений) компаний. Анализ эффективности лизинговых операций. Зарубежный опыт оценки инвестиционной привлекательности.

Тема 6. Тема 6. Управление конкурентными преимуществами

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Если принять предположение о линейности кривой эквивалентности и границы эффективности, то все конкуренты в отрасли выстроятся вдоль прямой линии, которая получила название ?линия эквивалентной ценности? (value equivalence line, VEL). Если рассматривать распределение конкурентов в динамике при перераспределении рыночной доли и при реализации конкурентных шагов, то часть компаний может оказаться на линии эквивалентной ценности, другая часть ? вне этой линии. Линия эквивалентной ценности отражает восприятие компромиссной ценности потребителем, а положение компаний определяется стратегическим выбором или затруднениями, связанными со сменой позиции на рынке. Компания D находится в зоне невыгодного положения. Она конкурирует с компанией E по цене и в этом смысле проигрывает ей. Одновременно она конкурирует с компанией A по преимуществам и тоже проигрывает ей в этом. Аналогично компания B конкурирует с компаниями E и A, но выигрывает у них либо по цене, либо по преимуществам. С этой точки зрения позиция компании B более привлекательна. Если ей удастся закрепиться на этой позиции, то у покупателя изменится восприятие баланса между ценой и преимуществами. В результате этого изменения линия эквивалентной ценности сместится влево, и компании E и A на некоторое время могут оказаться в зоне невыгодного положения, что потребует от них ответных действий.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 6. Управление конкурентными преимуществами Понятие и классификация конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества, конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность. Источники формирования конкурентных преимуществ по уровням управления: на макро-; мезо- и микроуровне. Внешние и внутренние факторы развития конкурентных преимуществ. Отраслевые и региональные конкурентные преимущества. Современные подходы к оценке конкурентных преимуществ. Диагностика, позиционирование и идентификация конкурентных преимуществ. Основные индикаторы оценки конкурентных преимуществ страны и региона. Возможности государственного регулирования по стимулированию конкурентных преимуществ экономических субъектов. Конкурентная и промышленная политика и развитие конкурентных преимуществ территории. Кластерная модель развития конкурентных преимуществ отраслей и территорий. Конкурентные преимущества предприятия на различных видах отраслевых рынках.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности	6		устный опрос, интерактивный опрос с системой Tuning Point	8	устный опрос, интерактивный опрос с системой Tuning Point
2.	Тема 2. Теоретические основы конкурентоспособности товара и предприятия	6		устный опрос, case-study; задания для КСР	8	устный опрос, case-study; задания для КСР
3.	Тема 3. Управление конкурентоспособностью страны	6		устный опрос,	8	устный опрос,
4.	Тема 4. Методические подходы к анализу конкурентоспособности товара и предприятия	6		устный опрос, case-study; задания для КСР	10	устный опрос, case-study; задания для КСР
5.	Тема 5. Анализ инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта	6		устный опрос; интерактивный опрос с системой Tuning Point	10	устный опрос; интерактивный опрос с системой Tuning Point
6.	Тема 6. Управление конкурентными преимуществами	6		устный опрос,	10	устный опрос,
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

5. Образовательные технологии

Освоение дисциплины предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- кейсы (case-study) (ситуационный анализ, анализ конкретной ситуации);
- интерактивный опрос с системой Tuning Point.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности

устный опрос, интерактивный опрос с системой Tuning Point , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Экономическое содержание понятий конкуренции и конкурентоспособности. 2. Конкуренция и рыночная структура. 3. Модели конкуренции. 4. Классификация типов, видов и форм конкуренции. 5. Конкуренция на мировом рынке и ее особенности. 6. Современная парадигма развития конкуренции. 7. Конкурентоспособность как объект анализа и управления. 8. Объекты, обладающие конкурентоспособностью: товары; предприятия (производители товаров); регионы (районы, области, страны или их группы). 9. Субъекты, оценивающие конкурентоспособность объектов: потребители, производители, инвесторы, государство. 10. Инновационный подход к изучению конкурентоспособности товара, предприятия и страны. 11. Конкурентоспособность основа привлечения инвестиций. 12. Виды инвестиционной привлекательности организации. 13. Способы привлечения инвестиций на уровне предприятия. 14. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия: внешние и внутренние. 15. Характеристика инвестиционной привлекательности предприятий с различной организационно-правовой формой. 16. Инвестиционная привлекательность регионов (investment preference of regions): параметры и показатели. 17. Необходимость оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. 18. Цели оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. Тестовые задания 1. Конкуренция - это: А) соперничество Б) сотрудничество В) содружество Г) соавторство 2. Основным из типов конкурентного поведения является: А) креативный Б) позитивный В) негативный 3. К неценовым методам конкуренции относят: А) снижение издержек обращения товаров Б) снижение издержек производства товаров В) изменение свойств товаров 4. В соответствии с содержательной функцией предпринимательской фирмы выделяют следующие типы конкурентов: А) виоленты, пациенты, дойные коровы, дикие кошки Б) коммутанты, эксплеренты, звезды, собаки В) виоленты, пациенты, коммутанты, эксплеренты 5. Полиполия ? это форма рынка определяемая: А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке 6. Олигополия ? это форма рынка определяемая: А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке 7. Обеспечивающий тип конкурентного поведения характерен для действий предпринимателей, направленных на: А) сохранение на длительную перспективу достигнутых позиций на рынке Б) создание новых компонентов рыночных отношений, которые обеспечивали бы превосходство над соперниками В) учет новшеств у конкурентов, на попытку упредить действия соперников 8. Монополия ? это форма рынка определяемая: А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке 9. Методы регулирования конкуренции: А) стратегические и оперативные Б) статистические и экспертные В) законодательные и корректирующие

Тема 2. Теоретические основы конкурентоспособности товара и предприятия

устный опрос, case-study; задания для КСР , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Экономическое содержание понятия конкурентоспособность товара. 2. Качество как экономическая категория и объект управления. 3. Свойства и показатели качества товара. 4. Построение дерева свойств (составление описания ситуации оценивания, действия при построении дерева свойств, составление более полного перечня показателей для продукции, выпускаемой в ассортименте). 5. Классификация и номенклатура показателей качества. 6. Уровень качества товара. 7. Методы оценки уровня качества товара. 8. Оценка качества разнородной продукции. 9. Определение коэффициентов весомости показателей качества. 10. Формирование, обеспечение и поддержание достигнутого уровня качества товара. 11. Понятия оценки и измерения качества. 12. Виды и методы измерений и требования к ним. 13. Обеспечение единства измерений. 14. Обеспечение достоверности, адекватности и точности измерений и оценок. 15. Принципы и методы управления качеством товара. Основные положения определения оптимального уровня качества. 16. Цена товара: понятие, виды цен, элементы цены. 17. Методы ценообразования: рыночные, затратные и параметрические. 18. Содержание параметрических методов ценообразования. Понятие цены потребления. 19. Соотношение понятий конкурентоспособности предприятия и его продукции. 20. Источники и факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия. Тестовые задания 1. Инновация - это: А) комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества Б) процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса В) процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства 2 По признаку распространенности различают инновации: А) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие Б) локальные, системные В) радикальные, совершенствующие, комбинированные Г) единичные и диффузные Д) технологические, экономические, социальные 3 По признаку места в производственном цикле различают инновации: А) единичные и диффузные Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные Г) локальные, системные 4 По признаку преемственности различают инновации: А) локальные, системные Б) радикальные, совершенствующие, комбинированные В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные Г) технологические, экономические, социальные 5 По признаку охвата доли рынка различают инновации: А) локальные, системные Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные Г) радикальные, совершенствующие, комбинированные 6 По признаку потенциала и степени новизны различают инновации: А) единичные и диффузные Б) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные В) локальные, системные Г) радикальные, совершенствующие, комбинированные 7 По признаку сферы деятельности различают инновации: А) единичные и диффузные Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные Г) локальные, системные Д) технологические, экономические, социальные

Тема 3. Тема 3. Управление конкурентоспособностью страны

устный опрос, , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Понятие национальной конкурентоспособности (National Competitiveness). 2. Три стадии создания структурных основ конкурентоспособности страны: фактор-ная, инвестиционная и инновационная. 3. ?Модель ромба? М. Портера. 4. Понятие кластера. Влияние кластеров на конкурентоспособность по М. Портеру 5. Модель, основанная на определении индекса глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и индекса конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI).
Тестовые задания 1. Инновация - это: А) комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества Б) процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса В) процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства 2. По признаку распространенности различают инновации: А) единичные и диффузные Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие В) локальные, системные Г) радикальные, совершенствующие, комбинированные Д) технологические, экономические, социальные 3. По признаку места в производственном цикле различают инновации: А) единичные и диффузные Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные Г) локальные, системные Д) радикальные, совершенствующие, комбинированные Е) технологические, экономические, социальные 4. Организационно-территориальной формой инновационного предпринимательства является: А) научно-технологический парк Б) оффшорная зона В) свободная экономическая зона 5. Инкубатор бизнеса - это: А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научно-го обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий 6. Технополис - это: А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научно-го обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий 7. Различают формы организации инновационного процесса: А) административно-хозяйственную, программно-целевую, инициативную Б) программно-целевую, инициативную, территориально-производственную В) административно-хозяйственную, продуктовую, программно-целевую 8. Научно-технологический парк - это: А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научно-го обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий

Тема 4. Методические подходы к анализу конкурентоспособности товара и предприятия

устный опрос, case-study; задания для КСР , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Оценка конкурентоспособности товара на основе параметрических методов. 2. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. 3. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. 4. Методика анализа конкурентоспособности товара по нормативно-техническим и экономическим показателям. 5. Обзор классических методов оценки конкурентоспособности предприятия: продуктовые методы; матричные методы; операционные методы; комбинированные методы. 6. Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия. 7. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия. 8. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом. 9. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с отраслевыми показателями.

Тема 5. Тема 5. Анализ инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта

устный опрос; интерактивный опрос с системой Tuning Point , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Субъекты, объекты и задачи анализа инвестиционной привлекательности. 2. Источники информации для проведения расчетов интегрального показателя инвестиционной привлекательности. 3. Показатели оценки: имущественного состояния, платежеспособности, ликвидности активов, прибыльности, деловой активности, рыночной активности инвестиционного объекта. 4. Методика анализа инвестиционной привлекательности организации-эмитента. 5. Система аналитических показателей инвестиционной привлекательности организации-эмитента корпоративных финансовых инструментов. 6. Рыночная капитализация как индикатор инвестиционной привлекательности компании. 7. Анализ оборотных активов в оценке инвестиционной привлекательности. 8. Анализ потребности в оборотных активах. 9. Факторный анализ оборотных активов. 10. Прогнозный анализ оборотных активов в условиях изменяющейся бизнес-среды и риска. 11. Анализ производных инвестиционной привлекательности организации. 12. Формализованное описание бизнес-процессов. 13. Система показателей экономического анализа стоимости компании. 14. Система показателей оценки эффективности долгосрочных инвестиций. 15. Экономический анализ в процессе обоснования и реализации инвестиционно-строительных проектов. 16. Система показателей анализа эффективности сделок слияний (поглощений) компаний. 17. Анализ эффективности лизинговых операций. Тестовые задания: Методами оценки конкурентоспособности предприятия являются: А) матричный Б) эффективной конкуренции В) параметрический Г) регрессионный 15 Критериями оценки конкурентоспособности предприятия являются: А) эффективность производственной деятельности Б) уровень капитальных вложений В) стратегическая гибкость Г) финансовое положение Д) конкурентоспособность товара Е) конкурентный статус предприятия Ж) эффективность организации сбыта 16 Показателями оценки конкурентоспособности предприятия являются: А) цена Б) финансовое положение В) качество Г) конкурентоспособность товара Д) коэффициент автономии 17 Жизненный цикл продукции в соответствии с международным стандартом ИСО включает: А) 5 этапов Б) 7 этапов В) 11 этапов 18 ИСО серии 9000 - это: А) система сертификации продукции Б) международные стандарты на системы управления качеством продукции В) международная система качества продукции 19 Система качества - это: А) совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов Б) мероприятия, проводимые для повышения эффективности и результативности деятельности В) методы и виды деятельности оперативного характера 20 К комплексным показателям качества продукции относятся: А) ремонтпригодность Б) надежность В) транспортабельность 21 К нормативно-технической документации относятся: А) стандарты Б) производственная документация В) требования заказчика продукции 22 Сертификат соответствия - это: А) документ, контролирующий правильность использования нормативно-технической документации Б) нормативно-технический документ, определяющий требования к продукции В) документ, подтверждающий соответствие продукции нормативно-техническим требованиям

Тема 6. Тема 6. Управление конкурентными преимуществами

устный опрос, , примерные вопросы:

Контрольные вопросы 1. Источники формирования конкурентных преимуществ по уровням управления: на макро-; мезо- и микроуровне. 2. Внешние и внутренние факторы развития конкурентных преимуществ. 3. Отраслевые и региональные конкурентные преимущества. 4. Диагностика, позиционирование и идентификация конкурентных преимуществ. 5. Основные индикаторы оценки конкурентных преимуществ страны и региона. 6. Возможности государственного регулирования по стимулированию конкурентных преимуществ экономических субъектов. 7. Конкурентная и промышленная политика и развитие конкурентных преимуществ территории. Тестовые задания В разделе бизнес - плана ?Описание продукта (услуги)? должны быть отражены следующие вопросы: А) какие потребности призван удовлетворять продукт (услуга)? Б) какой полезный эффект можно получить от продукта предприятия? В) чем отличается продукт предприятия от товара конкурента? Г) какова трудоемкость изготовления изделий? 12 В разделе бизнес - плана ?Анализ рынка сбыта? должны быть отражены вопросы: А) кто является потребителем продукции предприятия? Б) каково мнение потребителей о качестве и цене продукта? В) каков прогноз развития рынка товаров? Г) каков может быть объем продаж продукции предприятия? 13 В разделе бизнес - плана ?Оценка конкурентов? необходимо отразить следующие вопросы: А) кто является вашим конкурентом? Б) каковы отличия вашего товара от товара конкурентов? В) в чем вы рассчитываете превзойти конкурентов? Г) каковы шансы появления новых конкурентов? 14 В разделе бизнес - плана ?Стратегия маркетинга? необходимо отразить следующие вопросы: А) определение цены на продукты предприятия Б) формы и способы рекламы В) выбор канала сбыта продукции Г) обеспечение безубыточности 15 В разделе бизнес - плана ?План производства? необходимо проработать следующие вопросы: А) какие мощности потребуются? Б) какие средства понадобятся предприятию? В) какова будет организационная структура предприятия? Г) каков прогноз развития рынка? 16 В разделе ?Финансовый план? необходимо проработать следующие вопросы: А) какие средства понадобятся для организации дела? Б) каков будет объем реализации продукции? В) какой объем прибыли, возможно, получить? Г) какова будет заработная плата сотрудников? 17 Основной раздел бизнес ? плана - это: А) цели и задачи предпринимательской сделки и ее эффективность Б) план (программа) действий и организационные меры В) обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес плана Г) все ответы верны 18 Финансовой целью на этапе разработки нового товара является: А) сокращение издержек производства Б) обеспечение безубыточности В) максимизация прибыли Г) сокращение издержек обращения

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы

1. Алгоритм построения дерева свойств
2. Анализ оборотных активов в оценке инвестиционной привлекательности предприятия
3. Виды инвестиционной привлекательности предприятия
4. Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия
5. Зарубежный опыт оценки инвестиционной привлекательности
6. Инвестиционная привлекательность регионов (investment preference of regions): параметры и показатели
7. Источники и факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия
8. Источники информации для проведения расчетов интегрального показателя инвестиционной привлекательности предприятия
9. Источники конкурентного преимущества предприятия;
10. Классификация и номенклатура показателей качества
11. Классификация методов анализа конкурентоспособности предприятия
12. Классификация методов анализа конкурентоспособности товара;
13. Классификация типов, видов и форм конкуренции
14. Конкурентоспособность как объект анализа и управления
15. Конкуренция на мировом рынке и ее особенности

16. Мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия
17. Мероприятия по повышению конкурентоспособности товара
18. Методика анализа деятельности конкурентов
19. Методика анализа инвестиционной привлекательности организации-эмитента
20. Методика анализа инвестиционной привлекательности предприятия
21. Методика анализа инвестиционной привлекательности региона
22. Методика анализа конкурентоспособности товара по нормативно-техническим и экономическим показателям.
23. Методика диагностики конкурентной среды предприятия
24. Методологические подходы к анализу конкурентоспособности
25. Методы и инструменты управления конкурентными преимуществами
26. Методы оценки конкурентоспособности предприятия
27. Методы оценки уровня качества товара
28. Модели конкуренции
29. Модели оценки конкурентоспособности страны
30. Модель ромба" М. Портера
31. Модель, основанная на определении индекса глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и индекса конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI)
32. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия
33. Необходимость оценки и анализа инвестиционной привлекательности
34. Необходимость оценки и анализа конкурентоспособности
35. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия
36. Объекты, обладающие конкурентоспособностью и субъекты, оценивающие конкурентоспособность объектов
37. Основные категории, определяющие конкурентоспособности товара
38. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основным конкурентом
39. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с отраслевыми показателями
40. Оценка конкурентоспособности товара на основе параметрических методов
41. Подходы к анализу инвестиционной привлекательности предприятия
42. Подходы к национальной конкурентоспособности с точки зрения Всемирного экономического форума (World Economic Forum)
43. Подходы к национальной конкурентоспособности с точки зрения Международного института управленческого развития (International Institute for Management Development, IMD)
44. Подходы к национальной конкурентоспособности с точки зрения Организации экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD)
45. Показатели оценки: имущественного состояния, платежеспособности, ликвидности активов, прибыльности, деловой активности, рыночной активности инвестиционного объекта
46. Регулирующая роль цены и качества в управлении конкурентоспособностью товара
47. Резервы и пути повышения конкурентоспособности предприятия.
48. Свойства и показатели качества товара
49. Система аналитических показателей инвестиционной привлекательности организации-эмитента корпоративных финансовых инструментов
50. Система аналитических показателей инвестиционной привлекательности предприятия
51. Система единичных и комплексных показателей и интегральный показатель конкурентоспособности товара
52. Система критериев и показателей для анализа конкурентоспособности предприятия

53. Система показателей для интегральной оценки инвестиционной привлекательности предприятия
54. Система показателей оценки эффективности долгосрочных инвестиций
55. Современная парадигма развития конкуренции
56. Современное состояние теории конкуренции и конкурентных отношений
57. Соотношение понятий конкурентоспособности предприятия и его продукции
58. Способы привлечения инвестиций на уровне предприятия
59. Типы конкурентоспособности предприятия
60. Три стадии создания структурных основ конкурентоспособности страны
61. Управление конкурентоспособностью страны с точки зрения различных подходов
62. Уровни конкурентоспособности: микро-, мезо-, макроконкурентоспособность
63. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия: внешние и внутренние
64. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия
65. Характеристика инвестиционной привлекательности предприятий с различной организационно-правовой формой
66. Цели оценки и анализа конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности
67. Экономический анализ в процессе обоснования и реализации инвестиционно-строительных проектов
68. Экономическое содержание конкуренции и конкурентоспособности
69. Экономическое содержание понятия конкурентоспособность товара
70. Источники формирования конкурентных преимуществ по уровням управления: на макро-, мезо- и микроуровне
71. Внешние и внутренние факторы развития конкурентных преимуществ
72. Отраслевые и региональные конкурентные преимущества
73. Современные подходы к оценке конкурентных преимуществ
74. Диагностика, позиционирование и идентификация конкурентных преимуществ
75. Основные индикаторы оценки конкурентных преимуществ страны и региона
76. Возможности государственного регулирования по стимулированию конкурентных преимуществ экономических субъектов
77. Конкурентная и промышленная политика и развитие конкурентных преимуществ территории
78. Кластерная модель развития конкурентных преимуществ отраслей и территорий
79. Конкурентные преимущества предприятия на различных видах отраслевых рынках

7.1. Основная литература:

- Голов Р. С. Инвестиционное проектирование, 2013 www.bibliorossica.com
- Головачев А.С. Конкурентоспособность организации, 2012 www.bibliorossica.com
- Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство. Инвестиции, инновации, конкурентоспособность, 2007 www.bibliorossica.com
- Девяткин Е.А. Конкурентный анализ: учебно-методический комплекс, 2009 www.bibliorossica.com
- Антипова О. В. Теоретико-методические аспекты оценки конкурентоспособности холдинговых структур (на примере нефтяного комплекса), 2012 www.bibliorossica.com
- Дамодаран А. Инвестиционная оценка : инструменты и методы оценки любых активов, 2008 www.bibliorossica.com

7.2. Дополнительная литература:

Гафуров И.Р. Анализ структурных разрывов конкурентоспособности производств нефтехимического кластера Республики Татарстан / И. Р. Гафуров, М. Р. Сафиуллин, А. Р. Сафиуллин, 2012

Халабуда Ю.Э., Николаев М.В. Управление конкурентоспособностью региона на основе инноваций, 2013

Мельник А.Н., Садриев А.Ф. Управление конкурентоспособностью энергетических компаний, 2009

7.3. Интернет-ресурсы:

Информационная база Гарант - garant.ru

Информационная база КонсультантПлюс - consultantplus.com

Официальный сайт международного журнала Проблемы теории и практики управления - www.uptp.ru

Официальный сайт международного журнала ?Проблемы теории и практики управления? - www.uptp.ru

Официальный сайт научно-практического журнала ?Современная конкуренция? - www.moderncompetition.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

1. Компьютерные классы с выходом в интернет

2. Аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки Экономика предприятий и организаций .

Автор(ы):

Хисамова Э.Д. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Зайдуллина Ч.Н. _____

"__" _____ 201__ г.