

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

А.В.Егоров

“ 22 ” 10 2021 г.

Регистрационный № УД/939-21 /уч.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-2021 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» регистр. № 21ДГС-078 от 06.07.2021; 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке» регистр. № 21ДГЗ-082 от 06.07.2021; 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания» регистр. № 21ДГГ-083 от 06.07.2021;)

СОСТАВИТЕЛЬ:

Белова С.О., доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Колтович В.В., министр антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 16.09.2021 г);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 3 от 20.10.2021)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность организации» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Цель учебной дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность организации» - сформировать систему специальных компетенций, которая позволит обучающимся:

- анализировать рынки, позиции конкурентов, выявлять свои конкурентные преимущества и принимать решения, обеспечивающие высокую конкурентоспособность и устойчивость конкурентной позиции;

- проводить анализ и оценку конкурентной среды и уровня концентрации на товарных рынках; оценку конкурентоспособности объектов на микро,- мезо и макроуровнях; разработку эффективной конкурентной стратегии, разработку и реализацию стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- сформировать у обучающихся представление о сущности, функциях и ценности конкуренции, ее роли в развитии рыночных субъектов, особенностей проявления на рынках различных товаров и услуг;

- ознакомиться с механизмом действия пяти сил конкуренции;

- изучить методы оценки конкурентной среды и уровня концентрации на товарных рынках;

- овладеть методами оценки конкурентоспособности объектов на микро,- мезо и макроуровнях;

- сформировать у обучающихся представление о современных подходах к формированию конкурентной стратегии организации, источников и способов обеспечения конкурентных преимуществ организации;

- сформировать у обучающихся представление о механизме разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы теории конкуренции;

- сущность факторов, сил конкуренции, источников формирования конкурентных преимуществ;

- методику оценки конкурентоспособности объектов разного уровня;

- теоретические аспекты диагностики и методики проведения анализа конкурентной среды организации и оценки уровня концентрации на товарных рынках;

- способы достижения организацией конкурентных преимуществ на рынке;

- виды конкурентных рисков, методы их оценки и управления ими;

- механизм разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

уметь:

- проводить анализ и оценку конкурентной среды и уровня концентрации на соответствующих товарных рынках;
- оценивать конкурентную позицию организации и определять тип конкурентной стратегии, используемой организациями на соответствующем рынке;
- оценивать конкурентоспособность объектов на микро,- мезо и макроуровнях;
- разрабатывать механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

владеть навыками:

- анализа и оценки конкурентной среды и уровня концентрации на товарных рынках;
- оценки конкурентоспособности объектов на микро,- мезо и макроуровнях;
- оценки величины конкурентного потенциала организации;
- формирования эффективной конкурентной стратегии;
- разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа по учебной дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность организации» рассчитана у обучающихся

- на ДФО на 238 часов, из них аудиторных занятий 122 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 62 часа; практических занятий – 60 часов;

-на ЗФО на 238 часов, из них аудиторных занятий 26 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 14 часов; практических занятий – 12 часов.

Формы текущей аттестации – зачет, экзамен. Количество зачетных единиц – 6.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ

Тема 1. Экономические основы теории конкуренции

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности для современного этапа развития экономики. Цель и задачи дисциплины в условиях формирования конкурентной рыночной среды, структура курса. Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами.

Создание и развитие теории конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию. Теории конкуренции, научные школы. Новизна теории конкуренции А.Смита. Неявные предпосылки, характерные для существования конкуренции на товарном рынке. Трактовки конкуренции и подходы, сложившиеся в теории конкуренции.

Поведенческая, структурная, функциональная трактовки конкуренции. «Структурная» и «поведенческая» характеристики рынка.

Подходы в теории конкуренции: атомистическая, информационная, конфликтная теории.

Экономическое содержание конкуренции. Конкуренция как процесс управления. Субъекты и объекты конкурентных отношений.

Роль конкуренции в развитии экономики. Общественная ценность конкуренции: подходы к определению. Функции конкуренции.

Сущность и классификация рыночной конкуренции. Функциональная, видовая, предметная конкуренция. Ценовая, неценовая конкуренция. Понятие недобросовестной конкуренции. Чистая, совершенная, реальная конкуренция.

Этапы развития рыночной конкуренции и условия, их определяющие. Тенденции фирменного роста на разных этапах развития рыночной конкуренции.

Экономические законы рыночных отношений и конкуренции и их характеристика.

Необходимость государственного регулирования конкуренции, создания и поддержания конкурентной среды. Антимонопольное законодательство.

2. Экономические аспекты функционирования монопольных и конкурентных рынков

Конкурентные рынки и их структура. Факторы, определяющие структуру рынка: количество организаций в отрасли, характер производимого продукта, возможности для входа и выхода, количество покупателей, способность отдельной фирмы воздействовать на цены и др.

Типы рыночных структур: совершенная конкуренция. Олигополия. Монополия. Монополистическая конкуренция.

Конкуренция на различных типах конкурентного рынка.

Характеристика рынка совершенной конкуренции.

Характеристика рынка монополистической конкуренции.

Олигополистические рынки и их характеристика. Классификация олигополий. Особенности функционирования олигополистических рынков. Условия, ограничивающие олигопольную координацию. Олигополистическое взаимодействие: сущность и характеристика. Многообразие форм олигополистического поведения. Ценовые модели олигопольного взаимодействия. Количественные модели олигопольного взаимодействия. Концентрация и результативность рынка. Ценовое лидерство. Ценовая конкуренция. Инструменты для определения границ олигополистических рынков: коэффициент Линда и др.

Причины ограничения конкуренции, признаки ограничения конкуренции. Виды монополий. Модель чистой монополии. Классификация монополий. Естественная монополия. Сферы естественной монополии. Монополия как объект экономического анализа.

Государственная политика в отношении монопольных структур.

Налогообложение и контроль над ценами. Ценовая дискриминация. Экономические методы достижения монопольного положения. Экономические последствия реализации монопольной власти. Регулирование функционирования отраслевых рынков. Сравнительные преимущества и издержки конкуренции и монополии.

Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках. Побудительные мотивы к вертикальной интеграции. Издержки вертикальной интеграции. Последствия вертикальной интеграции. Инструменты вертикальных контрактов. Антимонопольный контроль вертикальных взаимодействий.

3. Подходы к оценке состояния конкуренции и конкурентной среды на товарных рынках

Методические основы анализа конкурентной среды и концентрации на товарных рынках.

Определение временного интервала исследования товарного рынка. Определение товарных границ товарного рынка. Определение географических границ товарного рынка. Определение состава участников товарного рынка. Расчет емкости товарного рынка. Расчет долей хозяйствующих субъектов на товарном рынке. Определение уровня концентрации товарного рынка. Установление доминирующего положения хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов). Оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке. Определение барьеров входа на товарный рынок.

Продуктовые и географические границы товарного рынка. Емкость и структура рынка.

Доминирующее положение субъекта хозяйствования и экономическая концентрация товарного рынка. Понятие и оценка интенсивности конкуренции. Оценка интенсивности конкуренции как важнейшей характеристики уровня активности конкурентной среды.

Методы оценки конкуренции на основе показателей концентрации. Преимущества и недостатки использования действующего инструментария. Типы рынков в зависимости от значений показателей рыночной концентрации. Способы государственного регулирования структуры товарных рынков для поддержания и развития конкурентной среды.

Группа вспомогательных показателей оценки неравенства организаций и их использование при оценке конкурентной среды на товарном рынке. Качественные показатели, характеризующие структуру рынка. Типология входных барьеров. Оценка потенциальной конкуренции и барьеров входа на рынок.

Основные направления антимонопольного регулирования структуры товарного рынка. Государственное регулирование конкурентной среды на основе устранения входных барьеров на рынки.

Оценка потенциальной конкуренции и барьеров входа на рынок. Природа и определение барьеров входа-выхода. Классификация отраслевых барьеров. Нестратегические барьеры и их характеристика. Стратегические барьеры и их характеристика. Показатели оценки барьеров. Экономические, административные ограничения, стратегия поведения участников отраслевого (товарного) рынка, направленная на создание барьеров входа на рынок, использование преимуществ вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, иные ограничения (по спросу и проч.). Вертикальные ограничения.

Рыночная власть и ее показатели. Понятие рыночной власти. Источники и причины рыночной власти. Показатели измерения рыночной власти. Критерии доминирующего положения на отраслевых (товарных) рынках

Расширение масштабов бизнеса: слияния и поглощения; мотивы и выгоды. Государственная антимонопольная политика в отношении слияний и поглощений.

4. Государственное регулирование конкурентных отношений и развития конкурентной среды в Республике Беларусь

Необходимость государственного регулирования конкуренции, создания и поддержания конкурентной среды. Антимонопольное регулирование.

Общая характеристика антиконкурентных соглашений.

Понятие соглашений в конкурентном праве. Антиконкурентные соглашения: понятие и виды. Признаки ограничения конкуренции. Конкурентная политика, антимонопольная политика. Эволюция антимонопольного законодательства. Этапы развития антимонопольного законодательства и практики антимонопольного регулирования.

Классификации норм антимонопольного регулирования.

Правовое регулирование противодействия антиконкурентным соглашениям в зарубежных странах.

Особенности американской модели государственного регулирования конкуренции на рынке. Международная конкурентная политика в странах Европейского союза. Антимонопольное законодательство в странах Азии.

Правовое регулирование противодействия антиконкурентным соглашениям: опыт России, ЕАЭС, ЕвразЭС.

Анализ нормативных документов и практики антимонопольного регулирования антиконкурентных соглашений в Республике Беларусь Координация экономической деятельности, приводящая к антиконкурентным соглашениям.

Картельные соглашения. Понятие картелей, круг участников, форма. Классификация горизонтальных соглашений: «жесткие» картели, иные горизонтальные соглашения, ограничивающие конкуренцию, малозначительные соглашения, соглашения, не оказывающие воздействия на конкуренцию.

Виды картелей: единой цены, квотный, синдикат, субмиссионный, региональный, экспортный, импортный, структурных кризисов, согласующий единые условия продажи, согласованных размеров скидок, максимальных цен, специализации.

Опасность картелей, последствия. Виды, характеристика и содержание горизонтальных соглашений, реализуемых в мировой конкурентной практике. Условия, способствующие антиконкурентным соглашениям. Предмет картельных соглашений. Возможные источники и виды информации, необходимые для доказательства соглашения. Перечень признаков, характеризующих горизонтальные соглашения.

Доказательства существования картеля. Система индикаторов, используемых при регулярном мониторинге отдельных рынков и отраслей, подверженных процессам картелизации. Прямые и косвенные доказательства существования картеля.

Методы оценки выявления картелей. Пассивные (реагирующие) методы. Активные (инициативные) методы.

Особенности расследования картелей: проведение проверок соблюдения антимонопольного законодательства; программа освобождения от ответственности лиц, содействующих расследованию картелей; взаимодействие антимонопольных и правоохранительных органов. Соотношение картелей и соглашений о совместной деятельности.

Антиконкурентные соглашения и согласованные действия. Понятие и признаки вертикального соглашения. Виды вертикальный соглашений: соглашение о поддержании цен при перепродаже, эксклюзивные соглашения о распределении, эксклюзивные дилинговые соглашения, соглашения о связанной продаже, навязывание объема закупок, «Английские» условия договора.

Антиконкурентные условия вертикальных соглашений: безусловные запреты, предусмотренные антимонопольным законодательством; иные запреты, предусмотренные антимонопольным законодательством. Иные антиконкурентные соглашения, характеристика антимонопольных запретов.

Отличия доказывания картелей от согласованных действий.

Этапы и процедура анализа ограничивающих вертикальных соглашений.

Критерии допустимости вертикальных и иных антиконкурентных соглашений.

Понятие согласованных действий по конкурентному праву. Характеристика отдельных видов антиконкурентных согласованных действий. Критерии допустимости согласованных действий.

Характеристика ответственности за антиконкурентные соглашения.

Понятие и признаки недобросовестной конкуренции. Понятие недобросовестной конкуренции. Трактовка понятия и признаки недобросовестной конкуренции. Формы недобросовестной конкуренции. Подходы к определению сущности недобросовестной конкуренции. Сходства и различия недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности.

Правовое регулирование недобросовестной конкуренции. Опыт Российской Федерации в вопросах правового регулирования недобросовестной конкуренции. Анализ нормативных документов и практики регулирования недобросовестной конкуренции в Республике Беларусь.

Запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитирования.

Запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение.

Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения

Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и (или) использованием объектов интеллектуальной собственности.

Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения.

Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну. Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции.

Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности.

Правовой механизм защиты от недобросовестной конкуренции.

РАЗДЕЛ 2 СУЩНОСТЬ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ РАЗНОГО УРОВНЯ

Тема 5. Сущность и уровни исследования конкурентоспособности

Конкуренция и конкурентоспособность. Сущность конкурентоспособности, подходы и уровни ее определения. Конкурентоспособность на различных уровнях: микро-, мезо-, макро.

Понятие конкурентоспособности и ее свойства. Уровни исследования конкурентоспособности.

Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации.

Понятие конкурентного преимущества. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Взаимосвязь понятий «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество».

Среда, формирующая конкурентные преимущества. Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М.Портеру. «Центральный ринг» конкурентной борьбы. Конкуренция

товаров-заменителей. Потенциальная конкуренция. Конкуренция со стороны покупателей. Конкуренция со стороны продавцов. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы.

Объективные и субъективные факторы. Проявление отдельных факторов в различных силах конкуренции.

«Конкурентный ромб» М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества: параметры факторов, параметры спроса, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия организаций, их структура и соперничество. Случай и правительство и их роль в формировании конкурентных преимуществ.

Современные подходы к формированию конкурентных преимуществ объектов. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ. Сущность и классификация ценностей: по видам, содержанию, источникам происхождения, способу существования, сущности, динамичности и форме проявления, месту проявления, уровню стабильности проявления и масштабу распространения. Цепочка получения от ценности эффекта (прибыли). Классификация конкурентных преимуществ: по отношению к системе, сфере возникновения, содержанию преимущества, средствам получения, месту реализации, продолжительности реализации, виду получаемого эффекта.

Характеристика системы факторов, формирующих конкурентное преимущество, и их практическое использование: национальные конкурентные преимущества, отраслевые, региональные, внутренние ресурсы и процессы организации, персонала, продукции. Наследственные и приобретенные конкурентные преимущества персонала. Внешние факторы конкурентного преимущества организации. Внутренние факторы конкурентного преимущества организации: структурные ресурсные, технические, управленческие рыночные, факторы эффективности функционирования. Внешние и внутренние конкурентные преимущества отрасли, региона, страны. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества объектов.

Тема 6. Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации

Конкурентное преимущество – основа формирования конкурентоспособности. Понятие конкурентного преимущества. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Взаимосвязь понятий «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество».

Среда, формирующая конкурентные преимущества. Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М.Портеру. «Центральный ринг» конкурентной борьбы. Конкуренция товаров-заменителей. Потенциальная конкуренция. Конкуренция со стороны покупателей. Конкуренция со стороны продавцов. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы.

Объективные и субъективные факторы. Проявление отдельных факторов в различных силах конкуренции.

«Конкурентный ромб» М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества: параметры факторов, параметры спроса, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия организаций, их структура и соперничество. Случай и правительство и их роль в формировании конкурентных преимуществ.

Современные подходы к формированию конкурентных преимуществ объектов. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ. Сущность и классификация ценностей: по видам, содержанию, источникам происхождения, способу существования, сущности, динамичности и форме проявления, месту проявления, уровню стабильности проявления и масштабу распространения. Цепочка получения от ценности эффекта (прибыли). Классификация конкурентных преимуществ: по отношению к системе, сфере возникновения, содержанию преимущества, средствам получения, месту реализации, продолжительности реализации, виду получаемого эффекта.

Характеристика системы факторов, формирующих конкурентное преимущество, и их практическое использование: национальные конкурентные преимущества, отраслевые, региональные, внутренние ресурсы и процессы организации, персонала, продукции. Наследственные и приобретенные конкурентные преимущества персонала. Внешние факторы конкурентного преимущества организации. Внутренние факторы конкурентного преимущества организации: структурные ресурсные, технические, управленческие рыночные, факторы эффективности функционирования. Внешние и внутренние конкурентные преимущества отрасли, региона, страны. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества объектов.

Тема 7. Методические подходы к оценке конкурентоспособности различных объектов

Виды основных рассматриваемых объектов. Жизненные циклы объектов. Уровни конкурентоспособности и их характеристика: конкурентоспособность страны, региона, отрасли, организации, товара.

Анализ факторов внешней среды для оценки конкурентоспособности.

Содержание макросреды, мезосреды, микросреды субъекта хозяйствования. Факторы макросреды: международные, политические, экономические, правовые, социально-демографические, экологические природно-климатические, культурные, научно-технические. Факторы мезосреды: рыночная инфраструктура, мониторинг окружающей среды, здравоохранение, наука и образование, культура и спорт, торговля и общественное питание, транспорт и связь, пригородное сельское хозяйство, строительство, промышленность, жилищно-коммунальное хозяйство. Бытовое обслуживание населения. Содержание микросреды организации: поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудиторы, маркетинговые посредники, законодательство.

Оценка внешней макро- и микро среды. Оценка внешней маркетинговой микросреды организации: анализ покупателей, конкурентов, поставщиков и рыночного потенциала крупнейших рыночных субъектов.

Оценка привлекательность внешней маркетинговой среды. Итоговая оценка положения организации на рынке, проведение SWOT-анализа. Оценка привлекательности рынка. «Портфельный анализ» организации как основа выбора конкурентной стратегии: использование матрицы МакКинзи. Стратегический конкурентный анализ.

Методические основы оценки конкурентоспособности. Требование конкретности рынка и объекта оценки конкурентоспособности. Классификация основных методов оценки конкурентоспособности. Специфические принципы оценки конкурентоспособности отдельных объектов. Этапы оценки конкурентоспособности объектов.

Оценка конкурентоспособности на микро,- мезо и макроуровнях.

Конкурентоспособность национальной экономики: сущность, факторы. «Конкурентный ромб» М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества: параметры факторов, параметры спроса, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия организаций, их структура и соперничество. Случай и правительство и их роль в формировании конкурентных преимуществ.

Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики. Существующие подходы к анализу международной конкурентоспособности страны и их сравнительный анализ: подход Всемирного Экономического Форума и подход Международного Института развития менеджмента. Тенденции развития международных экономических отношений и их влияние на уровень конкурентоспособности стран и субъектов хозяйствования. Составляющие глобальной конкурентоспособности. Сравнительная страновая конкурентоспособность Республики Беларусь. Место Беларуси в глобальном рейтинге конкурентоспособности.

Конкурентоспособность региона. Система показателей оценки конкурентоспособности региона. Сводный индекс конкурентоспособности региона.

Основные направления повышения конкурентоспособности регионов.

Конкурентоспособность отрасли. Модель анализа «пяти сил» конкуренции М.Портера. Факторы конкурентоспособности отрасли. Критерии, показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли. Обобщающий показатель конкурентоспособности.

Методика оценки конкурентоспособности организации. Классификация методов оценки. Сущность теории эффективной конкуренции как метода оценки конкурентного статуса организации. Основные направления оценки деятельности организации и варианты их выбора. Приемы и методы расчета показателей и их сравнения. Методы определения показателей финансового состояния организации в системе оценки. Оценка конкурентоспособности матричными методами. Необходимость интегральной оценки конкурентного статуса организации. Формирование интегрального показателя экспресс-оценки

конкурентоспособности организации. Применение рейтинговых оценок для интегральной оценки конкурентоспособности организации. Этапы и порядок формирования рейтингов. Оценка конкурентоспособности организации матричными методами.

Оценка конкурентоспособности персонала. Экспертный подход к оценке конкурентоспособности персонала.

Конкурентоспособность товаров и услуг. Основные категории, определяющие конкурентоспособность продукции. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: уровень качества и его стабильность, социальная адресность, подлинность, безопасность, потребительская новизна, имидж, информативность цена потребления. Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность продукции. Оценка конкурентоспособности продукции на основе параметрических методов. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. Определение составных компонентов интегрального показателя конкурентоспособности товара. Методика оценки конкурентоспособности однопараметрических машин и оборудования. Методика оценки конкурентоспособности продукции по системе 11111 – 55555. Методика анализа конкурентоспособности продукции (товара, услуги) по многоугольнику и экспертному методу. Экспертная оценка конкурентоспособности продукции (товара, услуги).

РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ УРОВНЯ

Тема 8. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

Системный подход. Характерные черты развития социально-экономических систем. Свойства социально-экономической системы. Логический подход. Принципы диалектической и формальной логики. Воспроизводственно-эволюционный подход. Элементы воспроизводственно-эволюционного подхода. Инновационный подход. Инновационный процесс как объект менеджмента конкурентоспособности товара и организации. Комплексный подход. Технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические и иные аспекты управления и их взаимосвязи. Глобальный подход: соответствие требованиям системности, логичности, комплексности в рамках мирового сообщества. Интеграционный подход. Интеграция между отдельными системами и компонентами; по стадиям жизненного цикла объекта управления; по вертикали; по горизонтали. Виртуальный подход. Отличительные черты виртуальных организаций. Принципы создания и функционирования виртуальных организаций. Стандартизационный подход: цели, основные направления развития мировой и национальной стандартизации. Маркетинговый подход: цели, этапы. Эксклюзивный подход: цели, объекты. Функциональный подход. Предметный

подход. Отличия функционального и предметного подходов к развитию структуры организации и продукции. Процессный подход: сущность, взаимосвязь функций управления. Структурный подход: сущность, использование при повышении обоснованности распределения ресурсов. Метод ранжирования. Ситуационный подход: сущность, использование альтернативных вариантов. Нормативный подход. Нормирование. Нормы расхода. Нормативы. Методы разработки норм. Оптимизационный подход. Административный подход: сущность, инструменты реализации. Поведенческий подход: цель, инструменты реализации. Деловой подход. Объективные и субъективные факторы. Определяющие глубину и полноту применения делового подхода.

Кластерный подход.

Тема 9. Общая характеристика системы управления конкурентоспособностью.

Модель управления конкурентоспособностью

Методические подходы к созданию системы конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Структура системы конкурентоспособности. Окружение. Внутренняя структура. Связь с внешней средой. Подсистема научного сопровождения, целевая, управляющая, обеспечивающая и управляемая подсистемы.

Обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации: правовое, ресурсное, методическое информационное и проч.

Основные задачи ресурсного, информационного и иного обеспечения.

Закон Республики Беларусь, нормативно-правовые акты по конкурентоспособности и смежным областям. Правовые вопросы функционирования экономики. Законы и нормативные акты по системам: технического нормирования и стандартизации; метрологии; оценки соответствия продукции; защиты прав потребителей; безопасности и охраны труда и проч.). Законы и нормативные акты по регулированию безопасности и взаимозаменяемости продукции, ресурсосбережению, развитию производства, социальному развитию коллективов, охране окружающей среды. Правовое регулирование образования и функционирования организации.

Нормы конкурентного права Республики Беларусь в Конституции Республики Беларусь, Кодексе об административных правонарушениях Республики Беларусь, Гражданском кодексе Республики Беларусь, Уголовном Кодексе Республики Беларусь, а также в антимонопольном законодательстве, законодательстве в области предпринимательства и малого бизнеса, инвестиций, банковской деятельности, стандартизации, защиты прав потребителей, рекламы, внешнеэкономической деятельности.

Инструменты, методы и приемы в управлении системой обеспечения конкурентоспособности

Принципы системы обеспечения конкурентоспособности: менеджмента качества, инновационного менеджмента, использует инструменты маркетинга, финансового менеджмента и пр.

Инструменты системы обеспечения конкурентоспособности: ориентация на потребителя; процессный подход; взаимовыгодные партнерские отношения; постоянное улучшение; маркетинговые исследования; сегментирование и позиционирование; бренд-стратегия; продвижение и распределение продукции (товара); бенчмаркетинг.

Формирование целей стратегии повышения конкурентоспособности организации. Направления повышения конкурентоспособности организации для структуризации целей. Постановка целей и разработка дерева целей. Формирование структуры стратегии повышения конкурентоспособности организации. Содержание разделов стратегии. Повышение качества управления, подготовка кадров для реализации стратегии. Совершенствование связей с внешней средой. Внедрение стратегического маркетинга, новых информационных, финансовых и учетных, инновационных, ресурсосберегающих технологий. Повышение организационно-технического уровня производства. Развитие логистики. Развитие тактического маркетинга. Повышение качества товаров и сервиса. Формирование политики ценообразования.

Методический подход к оценке качества стратегии повышения конкурентоспособности организации. Использование метода экспертных оценок для оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации. Порядок оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Тема 10. Основы формирования конкурентной стратегии развития организации

Конкурентное поведение и его типы: креативное, приспособленческое, обеспечивающее. Конкурентная стратегия. Классификация конкурентных стратегий. Корпоративная стратегия. Деловая стратегия. Функциональная стратегия. Операционная стратегия. Факторы, определяющие конкурентную стратегию.

Виды базовых конкурентных стратегий по М. Портеру. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Модификация конкурентных стратегий. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии: виды, основания применения. Конкурентные стратегии М. Треси и Ф.Вирзема. Функциональное превосходство. Тесная связь с потребителем. Лидирующая позиция по товарам.

Современная классификация конкурентных стратегий. Виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная стратегии. Конкурентные стратегии в

сфере крупного стандартного производства (фирмы виоленты). База и границы эффективности крупного производства. Стратегия обслуживания массового спроса. Стратегия подавления конкурентов. Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса (фирмы коммутанты).

Локальные потребности и их роль на рынке. Стратегия мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами. Разновидности фирм-коммутантов. Конкурентные преимущества узкой специализации (фирмы пациенты). Конкурентная стратегия в сфере инноваций (фирмы эксплеранты).

Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру. Стратегии лидера рынка. Стратегии претендентов на лидерство. Стратегии последователей. Стратегии нишевиков.

Адаптация стратегий конкуренции к особенностям и динамике рынка. Зависимость принимаемой конкурентной стратегии от силы конкуренции продавцов и покупателей. Особенности и условия применения отдельных стратегий. Зависимость конкурентной стратегии от уровня жизненного цикла отрасли; от формы конкуренции на рынках. Стратегии конкуренции для субъектов хозяйствования с различной степенью доминирования на рынке.

Тема 11. Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации

Сущность, виды конкурентного потенциала и их характеристика. Внешние возможности. Внешний конкурентный потенциал организации. Внутренние возможности. Внутренний конкурентный потенциал организации. Модель конкурентного потенциала. Компоненты конкурентного потенциала и их характеристика: ресурсный потенциал; рыночный потенциал; инновационный потенциал; творческий потенциал; маркетинговый потенциал. Условия действия компонентов конкурентного потенциала на укрепление конкурентных позиций организации на рынке. Значение отдельных компонентов конкурентного потенциала для обеспечения преимуществ в осуществлении хозяйственной деятельности организации. Процессный подход в управлении формированием конкурентного потенциала. Наличие инструментов по превращению потенциала в фактор действительной конкуренции. Сравнительный анализ потенциалов конкурирующих субъектов рынка ресторанных услуг. Учет влияния внешних сил и способность организации адаптироваться под изменяющиеся условия рынка. Связь с конкурентоспособностью организации.

Методы оценки состояния конкурентного потенциала организации. Выбор параметров оценки. Оценка внешней среды. Оценка внутренней среды. Оценка ресурсного потенциала организации. Оценка величины конкурентного потенциала через воспринимаемое качество услуг. Определение интегрального индекса качества услуги. Оценка степени удовлетворенности персонала. Комплексная оценка удовлетворенности заинтересованных сторон, характеризующая состояние конкурентного потенциала. Построение радара «Ожидание – Восприятие» по критериям конкурентного потенциала.

Итоговая оценка величины конкурентного потенциала организации.
Направления развития конкурентного потенциала организации.

Факторы, влияющие на выбор направления развития конкурентного потенциала: финансовые возможности, этап жизненного цикла товары и/или организации, степень однородности рынка и товара, стратегии конкурентов, тип рынка.

Выбор развития конкурентного потенциала на основе инсорсинга или аутсорсинга.

Инновационный потенциал и его влияние на конкурентоспособность организации. Важнейшие факторы, определяющие особенности формирования инновационного потенциала в сфере услуг.

Риск. Управление риском как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности организации. Основные характеристики рисков. Функции рисков. Классификация рисков. Принципы управления рисками. Этапы процесса управления рисками. Оценка риска. Методы оценки риска. Механизмы нейтрализации рисков.

Качество как экономическая категория и объект управления. Качество продукции как фактор и средство обеспечения конкурентоспособности. Понятие качества продукции. Подходы к определению понятия «качество товара». Методологические основы управления качеством: аспекты качества продукции, контроль качества, значение стандартизации. Системное управление качеством и конкурентоспособностью. Составляющие категории «обеспечения качества». Условия обеспечения качества. Модель системы менеджмента качества, основанной на процессах, показывающая связи между разделами международного стандарта. Мониторинг и измерение удовлетворенности потребителя. Концептуальная модель удовлетворенности потребителя. Система нормативного обеспечения в области качества в Республике Беларусь.

Понятие системы качества. Экономическая сущность системы управления качеством. Понятие уровня качества продукции. Методы расчета и оценка уровня качества товаров.

Экспертный метод определения коэффициента весомости показателей качества. Особенности применения данного метода при оценке уровня качества товаров.

Организационно-правовые основы систем управления качеством продукции. Понятие стандарта и стандартизации. Уровни государственной системы стандартизации. Сущность процессов стандартизации. Система стандартизации в России.

Система международных стандартов (система менеджмента качества). Основные предпосылки сертификации.

Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации. Антимонопольный комплаенс как внутренняя система и деятельность организации по устранению рисков негативных последствий, связанных с антимонопольными нарушениями. Цели его создания, этапы внедрения. Матрица последствий-вероятностей и ее использование при создании матрицы комплаенс-рисков: определение вероятности наступления рисков,

определение уровней последствий и уровней риска. Построение карты комплаенс-рисков.

Формирование и развитие конкурентных преимуществ организации для обеспечения конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. Мероприятия по обеспечению конкурентных преимуществ объектов разного уровня на внешних и внутренних рынках (маркетинговые и иные стратегии выхода предприятий на внешние рынки).

Контроль и регулирование обеспечения конкурентоспособности организации.

Система обеспечения конкурентоспособности региона. Система кластеров и ее роль в обеспечении конкурентоспособности. Предпосылки и условия создания кластеров. Классификация кластеров. Задачи региональной кластерной политики и условия ее реализации.

Промышленная политика как фактор конкурентоспособности экономики.

Стратегия повышения конкурентоспособности национальной экономики.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Конкуренция и конкурентоспособность организации»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов							Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УРС	Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Раздел 1. Теоретические основы конкуренции									
1.	Основы теории конкуренции	4	4	-	-	-	-	[7,14,15,17,19]	Опрос, дискуссия, рефераты.	
2.	Экономические аспекты функционирования монопольных и конкурентных рынков	6	4	-	-	-	-	[1,7,14,15,17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, ОКР 1.	
3.	Подходы к оценке состояния конкуренции и конкурентной среды на товарных рынках	10	8	-	-	-	-	[2,3,14,15,17,22]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, ОКР 2.	
4.	Государственное регулирование конкурентных отношений и развития конкурентной среды в Республике Беларусь	10	8	-	-	-	-	[1-3,14,15,17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, ОКР 3.	
	Итого	30	24	-	-	-	-		Зачет	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Конкуренция и конкурентоспособность организации»
 Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность
(заочная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов							Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УРС	Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Раздел 1. Теоретические основы конкуренции									
1.	Основы теории конкуренции	2	1	-	-	-	-	[7,14,15,17,19]	Опрос, дискуссия.	
2.	Экономические аспекты функционирования монопольных и конкурентных рынков	2	1	-	-	-	-	[1,7,14,15,17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций.	
3.	Подходы к оценке состояния конкуренции и конкурентной среды на товарных рынках	2	2	-	-	-	-	[2,3,14,15,17,22]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций.	
4.	Государственное регулирование конкурентных отношений и развития конкурентной среды в Республике Беларусь	2	2	-	-	-	-	[1-3,14,15,17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций.	
	Итого	8	6	-	-	-	-		Зачет	

	Раздел 2. Сущность и оценка конкурентоспособности объектов разного уровня																			
5.	Сущность и уровни исследования конкурентоспособности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[17-19]	Тест			
6.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[11,13, 16-18, 21]	Тест			
7.	Методические подходы к оценке конкурентоспособности различных объектов	2	2													[4-6,8, 10,11,13, 17-19]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций			
	Раздел 3. Система обеспечения конкурентоспособности организации и повышения ее уровня																			
8.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[6,17]	Тест			
9.	Общая характеристика системы управления конкурентоспособностью. Модель управления конкурентоспособностью	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[6,17]	Тест			
10.	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	2	2													[17,18,20]	Опрос, дискуссия, тест, анализ кейсов			
11.	Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации	2	2													[8,9,11,12, 17-19]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, тест.			
	Итого	6	6													-				
	Итого	14	12														Тест, Экзамен			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность организации»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы обучающегося являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
 - подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
 - подготовка к выполнению диагностических форм контроля (коллоквиумы, контрольные работы, доклады на семинарских занятиях, тесты, эссе, рефераты и т.п.);
- работа над выполнением индивидуального задания;
- подготовка к зачету, экзамену.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. Закон Республики Беларусь «О естественных монополиях» от 16.12.2002г. №162-З (с изменениями и дополнениями), в ред. Закона от 11.11.2019 № 250-З. // Консультант плюс: Беларусь [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 28.02.2020.

2. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 12 дек. 2013 г., № 94-З (в ред. Закона РБ от 08.01.2018 №98-3) // Консультант плюс: Беларусь [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 28.02.2020.

3. Методические рекомендации о проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь, утв. Приказом МАРТ РБ от 13.02.2017. № 19.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

4. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Н. В. Еремеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 242 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).

5. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для бакалавров : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Коммерция" (торговое дело)", "Товароведение", "Маркетинг" / И. М. Лифиц ; Российский гос. торгово-эконом. ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 437 с. : ил. - (Бакалавр. Углубленный курс).

6. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия : учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Экономика и управление на предприятии", "Финансы и кредит", "Маркетинг", "Логистика" / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич ; УО Федерации профсоюзов Беларуси Междунар. ун-т "МИТСО", Гомельский фил. - Минск : РИВШ, 2019. - 522 с. : ил.

7. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков : учебник для академического бакалавриата : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям : в 2 ч. / Н. М. Розанова ; Высшая шк. экономики Нац. исследовательский ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - Ч. 1. – 344, [1] с. - (Бакалавр. Академический курс).

Дополнительная:

8. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 300 с.
- 9.Афонин, А. М. Пути повышения конкурентоспособности фирмы в условиях кризиса : учебное пособие / А. М. Афонин, Е. Д. Ицаков. - Москва : Проспект, 2016. - 198 с.
- 10.Белова, С.О. Подходы к оценке конкурентоспособности сетевого торгового бизнеса / С.О.Белова, И.М.Микулич, // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск : БГЭУ, 2021 . – Вып.14. – С.24-30.
- 11.Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии: учеб.пособие / Е.Ф.Волонцевич.-Минск: РИПО,2014.- 134 с.
12. Горбашко, Е. А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика : учебник для магистров / под ред. Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 447 с. — Серия : Магистр.
- 13.Квасникова, В. В. Конкурентоспособность организации : курс лекций / В. В. Квасникова. – Витебск: УО «ВГТУ», 2019. – 93 с.
- 14.Князева, И.В. Антимонопольная политика в России: учеб.пособие / И.В. Князева. -5-е изд., перераб. - М.: Издательство «Омега-Л», 2011. - 505 с.
- 15.Конкурентное право России: учебник / Д.А.Алешин, И.Ю.Артемьев, И.В.Башлаков-Николаев и др.; отв. Ред. И.Ю.Артемьев, С.А.Пузыревский, А.Г.Сушкевич; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014.-493 с.
- 16.Конкурентные преимущества современной фирмы : практикум для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»/ под ред. А. В. Шарковой, И. А. Меркулиной. — 2-е изд.. - Москва : Дашков и К, 2019. - 277 с.
- 17.Конкурентоспособность организации : практикум / С.О. Белова [и др.].- Минск.: БГЭУ, 2018.-199 с.
- 18.Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие / А.К. Александров [и др.] ; под общ. ред. В.М. Круглика. — Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2020. — 285 с.
- 19.Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
- 20.Портер, М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : учебно-практическое пособие / М. Е. Портер. - 7-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 453 с.
- 21.Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2017. - 716 с.
- 22.Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие / Рыжикова Т.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 267 с.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

Устная форма диагностики:

- 1.Собеседования.
- 2.Доклады на семинарских занятиях.
- 3.Доклады на конференциях.
- 4.Устные зачеты.
- 5.Устные экзамены.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.


Письменная форма диагностики:

- 1.Тесты.
- 2.Контрольные опросы.
- 3.Контрольные работы.
- 4.Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
- 5.Рефераты.
- 6.Отчеты по научно-исследовательской работе.
- 7.Письменные зачеты.
- 8.Письменные экзамены.
- 9.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 10.Оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная форма диагностики:

- 1.Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
- 3.Зачеты.
- 4.Экзамены.
- 5.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Коммерческая деятельность	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	нет 	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № 2 от 16.09.2021 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 202_/202_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № _ от __. __. 202__ г.)

Заведующий кафедрой
канд.экон.наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

(И.М. Микулич)
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд.экон.наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

(А.И. Ерчак)
(И.О.Фамилия)