

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра Экономики и цифровых бизнес-технологий

**КОНКУРЕНЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
по проведению практических (семинарских) занятий  
по дисциплине**

<b>Направление</b>	<b>58.03.01 Востоковедение и африканистика</b>
<b>Профиль:</b>	<b>Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока</b>
<b>Квалификация</b>	<b>Бакалавр</b>
<b>Составитель методических указаний:</b>	<b>Зиборева О.Ю. канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и цифровых бизнес- технологий ИРНИТУ</b>

Иркутск 2026 г.

Зиборева О.Ю. Конкуренция и международная конкурентоспособность: методические указания по проведению практических (семинарских) занятий для студентов по направлению 58.03.01 Востоковедение и африканистика, профиль «Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока», 2026 – 6 с.

## 1. Организация практических занятий

**Целью практических занятий** является формирование компетенции в области конкуренции и международной конкурентоспособности.

Обучающийся на занятиях должен выполнить предложенные задания, участвовать в дискуссии, излагать свое мнение о конкуренции и международной конкурентоспособности в экономике, понимать данные происходящие экономические процессы. Перед выполнением практических занятий по каждой теме необходимо изучить лекционный материал, использовать учебную литературу, а также Интернет - ресурсы.

При выполнении заданий на практических занятиях следует использовать конспекты лекций, а также конспекты составленные в результате самостоятельной работы. Результаты выполнения заданий могут быть представлены в виде устного ответа на предложенные вопросы и / или письменного ответа в контрольной работе, выполнения тестовых и творческих заданий.

Преподаватель определяет формы текущего контроля для проверки знаний, умений и навыков: устный фронтальный или индивидуальный опрос; выполнение тестовых заданий, контрольных работ, а также творческого задания.

## 2. Перечень практических занятий

Перечень практических (семинарских) занятий представлен в таблице 1.1.  
Таблица 1.1 – Перечень семинарских занятий

### Семестр № 3

№ п/п	Наименование семинарских занятий	Форма проведения
1-2	Ценовая и неценовая конкуренция	Устный опрос
3-4	Типология рынков	Контрольная работа
5-6	Конкурентоспособность	Творческое задание
7-8	Международная конкурентоспособность	Тестирование

## 3. Содержание практических занятий

### Семестр № 3

#### Практическое занятие № 1-2

##### **Тема 1.** Ценовая и неценовая конкуренция

**Цель занятий:** сформировать компетенции в области ценовой и неценовой конкуренции для дальнейшего понимания процессов конкурентоспособности.

##### **Вопросы для устного опроса к практическим занятиям.**

1. Что такое ценовая конкуренция и каковы условия ее эффективности?
2. Методы ценообразования: «издержки плюс», демпинг, ценовые войны.
3. Эластичность спроса и ее влияние на выбор ценовой стратегии.
4. Преимущества и риски снижения цен для бизнеса.
5. Сущность неценовой конкуренции и ее основные виды (продуктовая, сервисная, инновационная, коммуникативная).
6. Роль дифференциации товара в привлечении потребителей.
7. Влияние рекламы, бренда и послепродажного обслуживания (гарантии, ремонт) на лояльность покупателей.
8. Главные отличия между ценовыми и неценовыми методами.
9. Как тип рынка (совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия) определяет выбор стратегии?

10. Барьеры входа на рынок и их влияние на конкурентную борьбу.
11. Почему в условиях олигополии компании обычно избегают ценовых войн, предпочитая неценовые методы?
12. Примеры успешного применения неценовых методов в современном бизнесе.

### **Практическое занятие № 3-4**

#### **Тема 2. Типология рынков**

**Цель занятий:** сформировать компетенции для понимания типологии рынков

**Вопросы для контрольной работы ( 2 варианта).**

##### **1 вариант**

1. Как монополия влияет на уровень цен и объём производства?
2. Назовите главные отличия между рынком потребительских товаров и рынком средств производства.
3. Определите тип конкурентного рынка, если на нем доминируют 3 крупные компании, вход новых фирм крайне затруднен, а продукция стандартизирована. Дайте полную характеристику такому рынку.

##### **2 вариант**

1. Каковы основные барьеры входа на рынок в условиях олигополии?
2. Назовите и охарактеризуйте уровни рынка от местного до мирового.
3. Определите тип конкурентного рынка, если на нем доминируют 2 крупные компании, вход новых фирм крайне затруднен. Дайте полную характеристику такому рынку

### **Практическое занятие № 5-6**

#### **Тема 3. Конкурентоспособность**

**Цель занятий:** проанализировать конкурентоспособность, ее виды, роль в международных экономических отношениях современного мирового хозяйства, сформировать компетенции, определяющие роль конкурентоспособности в рыночных отношениях, в том числе международных

**Темы для творческого задания:**

1. Уровни конкурентоспособности: конкурентоспособность товара (услуги), предприятия (бизнеса), отрасли, региона и страны.
2. Конкурентоспособность продукции (товара) по параметрам: техническим, экономическим (цена, сервис), нормативным и эстетическим.
3. Конкурентоспособность продукции (товара) по показателям: уровня качества, затрат на удовлетворение потребностей, имиджа.
4. Конкурентоспособность продукции (товара) по показателям: методов оценки товара: дифференциальному (сравнение базовых параметров), комплексному, смешанному.
5. Факторы конкурентоспособности: эффективность производства, инновации, цена/качество, уровень сервиса, каналы сбыта, репутация.
6. Конкурентоспособность по показателям бизнеса: долям рынка, темпам роста продаж, рентабельности, ликвидности
7. Источники конкурентных преимуществ: ресурсы и компетенции (материальные, финансовые, нематериальные).
8. Влияние на конкурентоспособность поставщиков, покупателей, товаров-субститутов, новых игроков и прямых конкурентов.
9. Базовые стратегии по М. Портеру: лидерство по издержкам, по дифференциации и фокусированию.
10. Управление конкурентоспособностью: стратегическое планирование, бенчмаркинг (изучение лучших практик), способы ее повышения (внедрение инноваций, ребрендинг).

11. Конкурентоспособность страны: национальные кластеры, индекс глобальной конкурентоспособности

### **Практическое занятие № 6-8**

#### **Тема 4. Международная конкурентоспособность**

**Цель занятий:** дать понимание международной конкурентоспособности, ее значение в развитии международной экономики, сформировав компетенции в данной области знаний.

#### **Тестовые задания (один ответ правильный)**

1. Конкурентоспособность экспортируемой продукции – это:
  - A) самый высокий в регионе уровень качества;
  - B) способность товара или услуги продавать себя;
  - C) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе, определяемая в конкретный период времени;
  - D) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами, определяемая в конкретный период времени на мировом рынке;
  - E) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе страны с целевым рынком, определяемая в конкретный период времени.
2. Конкурентоспособность продукции предприятия, участвующего в международном бизнесе – это:
  - A) самый высокий в регионе уровень качества;
  - B) способность товара или услуги продавать себя;
  - C) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе, определяемая в конкретный период времени;
  - D) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами, определяемая в конкретный период времени на мировом рынке;
  - E) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе страны с целевым рынком, определяемая в конкретный период времени.
3. Можно ли сделать вывод о конкурентоспособности товара, определив его способность конкурировать по ценам:
  - A) да;
  - B) нет;
  - C) однозначно нельзя ответить;
  - D) зависит от ситуации на предприятии;
  - E) зависит от ситуации на рынке.
4. Составляющими конкурентоспособности товара являются:
  - A) технический уровень;
  - B) эффективность рекламы;
  - C) базисные условия контракта;
  - D) совокупность эстетических показателей товара;

### **3. Основная учебная литература**

1. Шишкин А. Ф. , Шишкина Н. В. , Фалькович Е. Б. Мировая экономика: учебное пособие / А. Ф. Шишкин и др.. – Москва: «Академический проект» – 2020. – 601 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/132509>

2. Калинин О.И. Мировая экономика и международные экономические отношения.: учебное пособие / О.И. Калинин. – Москва: МИСИС. – 2024. – 76 с. – Текст

: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/519424>

#### **4. Дополнительная учебная и справочная литература**

1. Кони́на Н.Ю. Международная конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / Н.Ю. Кони́на. – Москва: МГИМО. – 2019. – 49 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/294665>

2. Лихачева Т.П. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / Т.П. Лихачева. – Красноярск: Сибирский Федеральный университет. – 2019. – 216 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://reader.lanbook.com/book/157663#3>

#### **5. Ресурсы сети Интернет**

1. <https://www.consultant.ru/>

2. <https://www.iprbookshop.ru/>

3. <https://bookonlime.ru>

4. <https://www.garant.ru/>

#### **6. Профессиональные базы данных**

1. <http://e.lanbook.com>

2. <http://elibrary.ru>

3. <http://elib.istu.edu/>

#### **7. Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем**

1. Свободно распространяемое программное обеспечение Microsoft® Windows Professional 7 Russian

2. Свободно распространяемое программное обеспечение Microsoft® Office 2010 Russian

3. Свободно распространяемое программное обеспечение Консультант Плюс

4. Свободно распространяемое программное обеспечение Антивирусная программа Drweb

5. Свободно распространяемое программное обеспечение Abbyy Fine Reader

6. Свободно распространяемое программное обеспечение ZIP-Архиватор

#### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. 1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - комплект учебной мебели, рабочее место преподавателя, доска. Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран с электроприводом, акустическая система + ПК с выходом в Internet. Комплект мебели, доска, маркер или мел Лицензионное программное обеспечение.

2. Учебная аудитория для проведения лабораторных/практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / Мультимедийное оборудование (в том числе переносное): мультимедийный проектор, экран с электроприводом, акустическая система + ПК с выходом в Internet. Комплект мебели, доска, маркер или мел. Лицензионное программное обеспечение.

1. Помещение для самостоятельной работы.