Приложение

к рабочей программе дисциплины

«Конкурентная политика коммерческих организаций»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Фонд оценочных средств

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

по направлению подготовки

38.04.06 Торговое дело

Профиль «Логистические технологии в торговле»

Тип ОПОП прикладная магистратура

Форма обучения

очная, заочная

Владивосток 2020

**1 ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Для ОФО

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Код компетенции | Формулировка компетенции | Номер  этапа |
| 1 | ОК-7 | Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей | 2 |
| 2 | ПК-10 | Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий | 2 |

Для ЗФО

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Код компетенции | Формулировка компетенции | Номер  этапа |
| 1 | ОК-7 | Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей | 2 |
| 2 | ПК-10 | Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий | 1 |

Компетенция считается сформированной на данном этапе (номер этапа таблица 1 ФОС) в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

**2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

***<*ОК-7*>* *<*Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей*>***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения\***  (показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | | **Критерии оценивания результатов обучения\*\*** |
| **Знает** | основные теоретические и методические основы функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг | Правильность ответов на поставленные вопросы.  Корректность использования соответствующей терминологии |
| **Умеет** | проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия | Самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет навыками и/или опытом деятельности** | методами изучения факторов внешней и внутренней среды предприятия | Корректность выбора методов (инструментов) решения задач  Самостоятельность решения поставленных задач |

***<ПК-10> <Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий>***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения**  (показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | | **Критерии оценивания результатов обучения** |
| **Знает** | основные методы сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия | Правильность ответов на поставленные вопросы.  Корректность использования соответствующей терминологии |
| **Умеет** | диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия | Самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет навыками и/или опытом деятельности** | подходами и инструментами управления и рационального использования ресурсов предприятия для поддержания и повышения его конкурентоспособности в долгосрочном периоде | Корректность выбора методов (инструментов) решения задач  Самостоятельность решения поставленных задач |

Таблица заполняется в соответствии с разделом 2 Рабочей программы дисциплины (модуля).

**3 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Таблица 3.1- Перечень оценочных средств (ОК-7)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС\* | |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания: | основные теоретические и методические основы функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг | Тема 1-4 | Собеседование (п.5.1) | Вопросы к экзамену по темам 1-4 (п.5.4) |
|  | Тесты (п 5.3) |  |
| Умения: | проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия | Тема 1-4 | Кейс-задачи  № 1-4 (п.5.2) |  |
| Навыки: | методами изучения факторов внешней и внутренней среды предприятия | Тема 1-4 | Кейс-задачи  № 1-4 (п.5.2) |  |

Таблица 3.2- Перечень оценочных средств (ПК-10)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС\* | |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания: | основные методы сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия | Тема 1-4 | Собеседование (п.5.1) | Вопросы к экзамену по темам 1-4 (п.5.4) |
|  | Тесты (п 5.3) |  |
| Умения: | диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия | Тема 1-4 | Кейс-задачи  № 1-4 (п.5.2) |  |
| Навыки: | подходами и инструментами управления и рационального использования ресурсов предприятия для поддержания и повышения его конкурентоспособности в долгосрочном периоде | Тема 1-4 | Кейс-задачи  № 1-4 (п.5.2) |  |

**4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Таблица 4.1 – Распределение баллов по видам учебной деятельности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид учебной деятельности | Оценочное средство | | | | | | | | | | | | |
| Собеседование | Тесты | Кейс-задачи | Практические работы | Вопросы к экзамену |  |  |  |  |  |  |  | Итого |
| Лекции | 10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 10 |
| Практические  работы |  |  |  | 40 |  |  |  |  |  |  |  |  | 40 |
| Самостоятельная работа |  | 10 | 15 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 25 |
| ЭОС |  | 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 5 |
| Промежуточная аттестация |  |  |  |  | 20 |  |  |  |  |  |  |  | 20 |
| Итого |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 100 |

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сумма баллов  по дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика уровня освоения дисциплины |
| от 91 до 100 | «отлично» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |
| от 61 до 75 | «удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не удовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5 Примерные оценочные средства**

**5.1 Список вопросов к устному собеседованию**

*Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.*

1. Перечислите известные вам подходы к определению сущности конкуренции.

2. Перечислите известные вам виды конкуренции.

3. Проведите сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.

4. Обоснуйте научные подходы к управлению конкурентоспособностью.

5. Опишите модель «национального ромба» М. Портера.

6. Проанализируйте стадии формирования конкурентных преимуществ.

7. Характеристика основных концепций, определяющих содержание категории «конкуренция».

8. Конкурентоспособность как экономическая категория

9. Иерархическая структура конкурентоспособности

10. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

11. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Стадии формирования конкурентных преимуществ

12. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара

13. Основные условия функционирования конкуренции.

14. Факторы, усиливающие конкурентное или монопольное поведение на товарном рынке

15. Характеристика и теория функционирования конкурентных и неконкурентных рынков. Эффективность функционирования монопольных и конкурентных рынков.

16. Конкурентные силы рынка

17. Типология входных барьеров

18. Инфраструктура товарного рынка.

19. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара.

*Тема 2. Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках.*

20. Дайте характеристику категории «товарный рынок». Основные параметры «товарного рынка».

21. Объясните категорию релевантного рынка. Охарактеризуйте релевантный рынок.

22. Дайте характеристику категории «экономическая концентрация».

23. Как измеряется рыночная концентрация?

24. Научные концепции анализа конкурентной среды на рынке.

25. Источники информации о состоянии конкуренции.

26. Дайте характеристику географических и продуктовых границ товарного рынка.

27. Какие абсолютные и относительные показатели входят в систему оценки концентрации рынка?

28. Дайте характеристику потенциальной конкуренции.

29. Поясните содержательную сущность барьеров входа на рынок.

30. Какие методы оценки входных барьеров на рынок используются в мировой практике?

*Тема 3. Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий.*

31. Цель поиска стратегических конкурентных преимуществ?

32. Раскройте сущность стратегического управления.

33. Сущность стратегического выбора на конкурентных рынках.

34. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента.

35. Для чего необходимо осуществлять конкурентную разведку?

36. В чем заключается методика анализа конкурента?

37. Перечислите известные вам виды конкурентных стратегий.

38. Проанализируйте сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».

39. Проанализируйте сущность матрица экрана бизнеса GE.

40. Последовательность отраслевого анализа.

*Тема 4. Методические вопросы оценки конкурентоспособности.*

41. Этапы анализа стратегических групп.

42. Сущность SWOT-анализа.

43. Процесс анализа стоимостных цепочек.

44. Источники «слепых» зон.

45. Особенности процесса конкурентного анализа.

46. Этапы анализа функциональных возможностей и ресурсов.

47. Процесс оценки индивидуальных характеристик конкурентов.

48. Этапы процесса разработки и коммерциализации нового продукта, их цели и особенности.

49. Особенности отбора вариантов новых товаров.

50. Научно-техническая конкурентоспособность новых товаров, модель её формирования.

51. Ценовая конкурентоспособность нового товара и конкурентные стратегии.

52. Показатели конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товара. Качество товара.

53. Формирование моделей дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара.

54. Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия.

55. Методики обобщенной оценки конкурентоспособности предприятия.

56. Эволюция антимонопольного законодательства в зарубежных странах.

57. Американская модель государственного регулирования конкуренции на рынке.

58. Международная конкурентная политика в странах Европейского союза.

59. Антимонопольное законодательство в России и странах Азии.

60. Реализация антимонопольной политики в России и странах СНГ.

Краткие методические указания

Во время собеседования студенты активно отвечают на вопросы, предварительно подготовившись по каждой теме.

Шкала оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы | Описание |
| 5 | 19-20 | Сформировавшееся систематическое знание основных теоретических и методических основ функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг, основных методов сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия, сформировавшиеся системные умения проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия, диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия |
| 4 | 16–18 | В целом сформировавшееся знание основных теоретических и методических основ функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг, основных методов сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия, в целом сформировавшиеся умения проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия, диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия |
| 3 | 13-15 | Неполное знание основных теоретических и методических основ функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг, основных методов сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия, неполное умение проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия, диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия |
| 2 | 9-12 | Фрагментарное знание основных теоретических и методических основ функционирования рынка в условиях конкуренции, экономической сущности и факторов конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг, основных методов сбора информации для выполнения оценки и анализа конкурентоспособности предприятия, фрагментарное умение проводить анализ и оценку факторов, определяющих конкурентную среду предприятия, диагностировать состояние конкурентоспособности предприятия, использовать результаты для разработки проектов, программ, стратегии развития предприятия |

**5.2 Задания для решения кейс-задачи**

*Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.*

**Практическая работа № 1.** Тема: Характеристика конкурентных преимуществ коммерческих организаций.

**Цель:** рассмотреть ключевые составляющие конкурентной политики коммерческих организаций**.**

**Задачи работы:**

**-** Охарактеризовать систему конкурентных преимуществ своей коммерческой организации, включая: субъект конкуренции – Вашу фирму, объект конкуренции – Вашего потребителя (сегмент потребителей),

предмет конкуренции – товар, услуга, технология, информация.

- Перечислить и кратко охарактеризовать инструменты ценовой и неценовой конкуренции Вашей коммерческой организации и ее конкурентов.

- Сформировать таблицу конкурентных преимуществ (внутренних и внешних) Вашей коммерческой организации (желательно указать источники).

- Перечислить и кратко охарактеризовать барьеры входа/выхода способствуют/сдерживают развитие Вашей коммерческой организации.

- Перечислить научные подходы, используемые в системе управления конкурентоспособностью Вашей коммерческой организации, разработать предложения по расширению их перечня.

- Сформировать модель системы обеспечения, конкурентоспособности Вашей коммерческой организации, включая оперативный, тактический и стратегический уровни.

**Информационные источники:**

Основные и дополнительные информационные источники, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по изучаемой теме по данной дисциплине.

**Требования к оборудованию:**

Для представления презентаций по рефератам необходимы мультимедийная установка, ноутбук и др. согласно установленным требованиям.

**Отчетность:**

Отчет по практической работе представляет подготовленный для публичной защиты материал в виде реферата или презентации.

*Тема 2. Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках.*

**Практическая работа № 2.** Тема: Система оценки состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках для конкретной коммерческой организации.

**Цель:** изучить состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках для конкретной коммерческой организации.

**Задачи работы:**

- Кратко охарактеризовать рыночную концентрацию товарного рынка на котором представлена Ваша коммерческой организации, используя количественные (абсолютные и относительные единицы) и качественные характеристики.

- Описать научную концепцию анализа конкурентной среды, которой придерживается Ваша организация, Ваши конкуренты. Обосновать причины их выбора.

- Определить продуктовые и географические границы рынка Вашей коммерческой организации.

- Сформировать показатели, позволяющие оценивать экономическую концентрацию рынка Вашей коммерческой организации. Обосновать причины их выбора в своем исследовании.

- Провести оценку барьеров входа/выхода Вашей коммерческой организации.

- Приведите пример метода оценки барьеров входа/выхода из мировой практики, который Вы хотели бы использовать. Аргументируйте свой выбор.

**Информационные источники:**

Основные и дополнительные информационные источники, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по изучаемой теме по данной дисциплине.

**Требования к оборудованию:**

Для представления презентаций по рефератам необходимы мультимедийная установка, ноутбук и др. согласно установленным требованиям.

**Отчетность:**

Отчет по практической работе представляет подготовленный для публичной защиты материал в виде реферата или презентации.

*Тема 3. Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий.*

**Практическая работа № 3.** Тема: Конкурентная стратегия коммерческих организаций.

**Цель:** изучить систему стратегического управления коммерческой организации.

**Задачи работы:**

- Охарактеризовать конкурентную стратегию Вашей коммерческой организации (*используйте разные признаки классификации конкурентных стратегий*).

- Сформировать выборы, которыми задано направление конкурентной стратегии *(сфера деятельности, конкурентное преимущество, доступность выбора, виды деятельности).*

- Кратко описать методику применения выбранных Вами методов стратегического анализа, которые были использованы для формирования конкурентной стратегии. (*Бостонская матрица «рост – удельный вес»; Матрица экрана бизнеса GE (General Electric); Отраслевой анализ; Анализ стратегических групп; SWOT-анализ; Анализ стоимостных цепочек и др.*). Представьте полученные результаты исследования.

- Кратко опишите методику применения выбранного метода, и полученные результаты исследования анализа потребителей использованные Вами (Вашей коммерческой организацией) для формирования конкурентной стратегии. (*Анализ «слепых» зон; Конкурентный анализ; Анализ сегментации покупателей; Анализ покупательской ценности; Анализ функциональных возможностей и ресурсов; Оценка индивидуальных характеристик конкурентов и др.).*

- Сформируйте перечень стратегических конкурентных преимуществ Вашей коммерческой организации.

**Информационные источники:**

Основные и дополнительные информационные источники, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по изучаемой теме по данной дисциплине.

**Требования к оборудованию:**

Для представления презентаций по рефератам необходимы мультимедийная установка, ноутбук и др. согласно установленным требованиям.

*Тема 4. Методические вопросы оценки конкурентоспособности.*

**Практическая работа № 4.** Тема: Система обеспечения конкурентоспособности коммерческой организации.

**Цель:** изучить систему обеспечения конкурентоспособности коммерческой организации.

- Сформировать цели оценки конкурентоспособности для Вашей коммерческой организации.

- Перечислить области (виды деятельности), учитываемые Вами входе исследования.

- Охарактеризовать базу сравнения в исследовании конкурентоспособности Вашей коммерческой организации.

- Перечислить характеристики, которые подлежали измерению в ходе исследования.

- Кратко описать методику оценки выбранных характеристик конкурентоспособности.

- Продемонстрировать порядок расчета обобщенного, интегрального показателя конкурентоспособности.

- Сформировать выводы о конкурентоспособности Вашей коммерческой организации.

**Информационные источники:**

Основные и дополнительные информационные источники, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по изучаемой теме по данной дисциплине.

**Требования к оборудованию:**

Для представления презентаций по рефератам необходимы мультимедийная установка, ноутбук и др. согласно установленным требованиям.

Краткие методические указания

Качественное освоение дисциплины предполагает четкое, последовательное, логичное и полное выполнение студентами всех кейс-заданий на практических занятиях.

Результаты по практическим работам студенты представляют преподавателю в виде реферата(презентации) сразу после окончания занятия.

Шкала оценки:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Описание |
| 5 | 19–20 | если достигнуты все цели и задачи работы; результаты полностью соответствуют задачам работы; имеются аргументированные выводы по всем результатам; использованы возможные методы анализа, в том числе сравнительный, материал полностью обработан; в описании результата работы использованы таблицы (схемы, рисунки), оформление соответствующее. |
| 4 | 16–18 | если достигнуты все цели работы; результаты в достаточной мере соответствуют задачам работы; имеются выводы по результатам; материал обработан и оформлен, в описании результата работы использованы таблицы |
| 3 | 13–15 | если достигнуты некоторые цели и задачи работы (не менее 70 %); имеются выводы по результатам; в описании результата использованы таблицы (схемы, рисунки), оформление неполное |
| 2 | 9–12 | если работа имеется; цели и задачи некоторые достигнуты (не менее 50 %), имеются некоторые выводы. |

**5.3. Тесты**

*Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.*

**1. Критерий прохождения теста – выберите только ОДИН правильный ответ.**

1. Под конкурентоспособностью организации понимают:

1) способность организации увеличивать свою рыночную долю в долгосрочной перспективе

2) способность организации удерживать свою рыночную долю в среднесрочной перспективе

3) способность организации иметь большую прибыльность относительно среднеотраслевой в краткосрочном периоде

4) способность организации иметь высокий уровень рентабельности в будущем

**2. Индекс привлекательности отрасли определяется с учетом:**

1) сильных и слабых сторон фирмы

2) размера и разнообразия рынков

3) доступности к финансовым ресурсам

4) наличия у фирмы административного ресурса

**3. Оценочный показатель рыночной доли фирмы характеризует:**

1) долю продаж определенного продукта фирмы в общем объеме продаж данного продукта на рынке

2) долю продаж определенного продукта в общем объеме продаж фирмы

3) долю продукта в формировании ассортимента и номенклатуры фирмы

4) долю продукта в формировании валовой прибыли фирмы

**4. Квадрант «Звезды» в матрице BCG (Бостон Консалтинг Групп) характеризует сферы бизнеса компании, как:**

1) имеющие сложности при принятии решений относительно их перспективы

2) имеющие высокую рыночную долю

3) имеющие высокие темпы роста

4) имеющие незначительный интерес

**5. Две компании, одна из которых производит продукт А, а другая - продукт Б, конкурируют на** **одном рынке. По своим характеристикам продукты А и Б фактически идентичны и поэтому реализуются по одной и той же цене. Однако большее значение показателя рыночной доли продукта Б говорит о том, что его больше продают, а следовательно и больше производят. Из-за большего масштаба производства себестоимость продукта Б ниже, чем продукта А. Вследствие этого и прибыль от реализации продукта Б превышает прибыль, полученную от реализации продукта А. Руководство организации Б, располагающее данной информацией, решило извлечь для себя выгоду из сложившейся рыночной ситуации. Что оно сделает?**

1) активизирует рекламную деятельность

2) уйдет с рынка, чтобы выйти на новый рынок с существующим продуктом

3) выпустит новый продукт

4) снизит цену

**6. К факторам конкурентной среды относят:**

**1) условия производства**

2) условия спроса

3) структура предприятия

4) экономический потенциал покупателей

**7. К факторам базирования относят:**

1) условия производства

2) появление конкурентов

3) появление товаров-заменителей

4) спрос на продукцию

**8. Конкурентоспособность товара характеризуется как:**

1) способность товара быть купленным в числе первых на рынке среди товаров-конкурентов

2) способность товара к длительному хранению

3) способность товара сохранять полезные потребительские свойства в длительном периоде

4) способность товара обеспечить защиту покупателю от изменения цен

**9. Индикаторами конкурентоспособности товара являются:**

1) срок хранения, устойчивость к изменению температуры

2) размер, вес, цвет

3) технологии изготовления, используемые материалы

4) полезность, качество, цена

**10. Стратегия конкурентной борьбы «Захват рынка» подразумевает:**

1) постепенное накопление преимуществ перед лидером путем определения его слабых мест

2) поддержание постоянства в рыночной деятельности, не вызывающей внимания конкурентов

3) воздействие на потребителей с целью удержать их в сфере деятельности предприятия

4) расширение спроса на продукцию путем использования продуктового или ценового лидерства, поиска новых потребителей, увеличения интенсивности потребления

Краткие методические указания

Тестирование сдается при изучении темы № 1 в рамках плана дисциплины с целью выявления остаточных знаний с учетом самостоятельной подготовки студентов.

За тест можно набрать максимально 20 баллов, по 2 балла за каждый правильно отвеченный вопрос.

Шкала оценки:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Описание |
| 5 | 18-20 | даны правильные ответы на 9-10 вопросов теста |
| 4 | 16-14 | даны правильные ответы на 7-8 вопросов теста |
| 3 | 12-10 | даны правильные ответы на 5-6 вопросов теста |
| 2 | 6-8 | даны правильные ответы на 3-4 вопроса теста |

**5.4 Перечень вопросов для подготовки к экзамену**

*Тема 1 Теоретические основы конкурентоспособности.*

1. Сущность конкуренции. Подходы к ее формированию

2. Виды конкуренции.

3. Сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.

4. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью.

5. Модель «национального ромба» М. Портера.

6. Этапы формирования конкурентных преимуществ.

7. Характеристика основных концепций, определяющих содержание категории «конкуренция».

8. Конкурентоспособность как экономическая категория

9. Иерархическая структура конкурентоспособности

10. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

11. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Стадии формирования конкурентных преимуществ

12. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара

13. Основные условия функционирования конкуренции.

14. Факторы, усиливающие конкурентное или монопольное поведение на товарном рынке

15. Характеристика и теория функционирования конкурентных и неконкурентных рынков. Эффективность функционирования монопольных и конкурентных рынков.

16. Конкурентные силы рынка

17. Типология входных барьеров

18. Инфраструктура товарного рынка.

19. Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара.

*Тема 2. Анализ и оценка состояния конкурентной среды и экономической интеграции на товарных рынках.*

20. Товарный рынок и его основные параметры.

21. Релевантный рынок и его характеристики.

22. Экономическая концентрация.

23. Оценка рыночной концентрации.

24. Научные концепции анализа конкурентной среды на рынке.

25. Источники информации о состоянии конкуренции.

26. Географические и продуктовые границы товарного рынка.

27. Система абсолютных и относительных показателей оценки концентрации рынка.

28. Потенциальная конкуренция.

29. Сущность барьеров входа на рынок.

30. Методы оценки входных барьеров на рынок используемые в мировой практике.

*Тема 3. Методы конкурентного анализа и разработки конкурентных стратегий.*

31. Цель поиска стратегических конкурентных преимуществ

32. Сущность стратегического управления конкурентоспособностью.

33. Сущность стратегического выбора на конкурентных рынках.

34. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента.

35. Необходимо осуществления конкурентной разведки.

36. Методика анализа конкурента и ее особенности.

37. Виды конкурентных стратегий и их характеристика.

38. Сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».

39. Сущность матрицы экрана бизнеса GE.

40. Последовательность отраслевого анализа.

*Тема 4. Методические вопросы оценки конкурентоспособности.*

41. Этапы анализа стратегических групп.

42. Сущность SWOT-анализа.

43. Процесс анализа стоимостных цепочек.

44. Источники «слепых» зон.

45. Особенности процесса конкурентного анализа.

46. Этапы анализа функциональных возможностей и ресурсов.

47. Процесс оценки индивидуальных характеристик конкурентов.

48. Этапы процесса разработки и коммерциализации нового продукта, их цели и особенности.

49. Особенности отбора вариантов новых товаров.

50. Научно-техническая конкурентоспособность новых товаров, модель её формирования.

51. Ценовая конкурентоспособность нового товара и конкурентные стратегии.

52. Показатели конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товара. Качество товара.

53. Формирование моделей дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара.

54. Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия.

55. Методики обобщенной оценки конкурентоспособности предприятия.

56. Эволюция антимонопольного законодательства в зарубежных странах.

57. Американская модель государственного регулирования конкуренции на рынке.

58. Международная конкурентная политика в странах Европейского союза.

59. Антимонопольное законодательство в России и странах Азии.

60. Реализация антимонопольной политики в России и странах СНГ.

Краткие методические указания

Вопросы к экзамену позволяют студентам качественно к нему подготовиться и сдать.

В случае использования технологии смешанного обучения студенты проходят контрольные тесты в среде Moodle.

Шкала оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Описание |
| 5 | 19–20 | выставляется бакалавру, если четко и правильно отвечал на вопросы, давал развернутый и аргументированный ответ по каждому вопросу, показывая широту и глубину знаний, в ответах умело использовал нормативные, правовые документы, корректно использовал соответствующую терминологию |
| 4 | 16–18 | если правильно отвечал на большинство вопросов и подкреплял ответ знаниями нормативных и правовых документов, корректно использовал соответствующую терминологию. |
| 3 | 13–15 | если хорошо отвечал на вопросы (не менее 40 %) , при ответах на некоторые использовал нормативные и правовые документы. использовал терминологию |
| 2 | 9–12 | если отвечал на вопросы (менее 10 %) |