МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНБАССКАЯ АГРАРНАЯ АКАДЕМИЯ»

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

УТВЕРЖДАЮ.
Первый проректор
_____ О.А. Удалых
«27»апреля 2024 г.
М.П.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Конкурентоспособность предприятий АПК
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.04.01 Экономика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) Экономика и управление АПК
(наименование профиля/специализации подготовки, при наличии)

Квалификация выпускника: магистр
(квалификация выпускника)

Год начала подготовки: 2024

Макеевка – 2024

Фонд оценочных средств по дисциплине «Конкурентоспособность предприятий АПК» является частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) Экономика и управление АПК, и предназначен для оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся.

Разработчик(и) _____ Л.М. Тарасенко
(подпись) (ИОФ)

_____ _____
(подпись) (ИОФ)

_____ _____
(подпись) (ИОФ)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании ПМК кафедры экономики, протокол № 8 от 20 марта 2024 года

Председатель ПМК _____ И.Н. Святенко
(подпись) (ИОФ)

Фонд оценочных средств утвержден на заседании кафедры экономики, протокол № 8 от 20 марта 2024 года

Заведующий кафедрой _____ В. И. Веретенников
(подпись) (ИОФ)

Раздел 1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Конкурентоспособность предприятий АПК»

1.1. Основные сведения о дисциплине

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателей</td><td rowspan="2">Укрупненная группа, направление подготовки, квалификационный уровень</td><td colspan="3">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>очно-заочная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа 38.00.00 – «Экономика и управление»</td><td colspan="3" rowspan="2">Обязательная часть</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки: 38.04.01 Экономика</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Общее количество часов – 108</td><td rowspan="6">Направленность (профиль): Экономика и управление АПК</td><td colspan="3">Семестр</td></tr>
<tr><td>1-й</td><td>-</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td colspan="3">Лекции</td></tr>
<tr><td>14 ч.</td><td>-</td><td>4 ч.</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Образовательная программа высшего образования – программа магистратуры</td><td colspan="3">Занятия семинарского типа</td></tr>
<tr><td>30 ч.</td><td>-</td><td>8 ч.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>61,7 ч.</td><td>-</td><td>93,7 ч.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Контактная работа, всего</td></tr>
<tr><td>46,3 ч.</td><td>-</td><td>14,3 ч.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Вид контроля: экзамен</td></tr>
</table>

1.2. Перечень компетенций, формируемых дисциплиной «Конкурентоспособность предприятий АПК»

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
ПК-1	Разработка и реализация проектов. Составление экономических разделов планов предприятий и организаций различных форм собственности.	ПК-1.1 Разрабатывает меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов	*Знание:* принципов структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла *Умение*: определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла *Навык:* структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла

1.3. Перечень тем дисциплины

Шифр темы	Название темы	Кол-во часов	
		очная	заочная
Т 1.1	Теоретические основы конкурентных отношений	10	11
Т 1.2	Конкурентоспособность: виды, факторы влияния, алгоритм оценки	9	12
Т 1.3	Теория конкурентных преимуществ фирмы	10	11
Т 1.4	Методология анализа конкурентных преимуществ	9	11
Т 1.5	Конкурентный статус предприятия	10	11
Т 2.1	Анализ деятельности конкурентов и прогноз положения предприятия в отрасли	12	11
Т 2.2	Обеспечение конкурентоспособности продукции предприятий АПК	11	12
Т 2.3	Методические основы оценки конкурентоспособности разных объектов	11	11
Т 2.4	Содержание и структура системы обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК	11	11
Т 2.5	Конкурентные стратегии предприятий АПК	12,7	4,7
Другие виды контактной работы		2,3	2,3
Всего		108	108

1.4. Матрица соответствия тем дисциплины и компетенций

Шифр компетенции по ФГОС ВО	***Шифр темы***									
	Т1.1	Т1.2	Т1.3	Т1.4	Т1.5	Т2.1	Т2.2	Т2.3	Т2.4	Т2.5
ПК-1.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

1.5. Соответствие тем дисциплины и контрольно-измерительных материалов

№ темы	***ФОРМЫ КОНТРОЛЯ, КАТЕГОРИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ, ВИДЫ ЗАДАНИЙ***							
	Тестовые задания по теоретическому материалу	***Вопросы для устного собеседования***	***Типовые задания практического характера***	***Задания для контрольной работы***	***Индивидуальные работы для домашнего выполнения***	***Реферат***	***Курсовая работа***	***Групповое творческое задание***
	Блок А ЗНАНИЕ-ПОНИМАНИЕ		**Блок Б УМЕНИЕ-ПРИМЕНЕНИЕ**				**Блок В ТВОРЧЕСТВО**	
Тема 1.1	+	+	+	+	+	+		
Тема 1.2	+	+	+	+	+	+		
Тема 1.3	+	+	+	+	+	+		
Тема 1.4	+	+	+	+	+	+		
Тема 1.5	+	+	+	+	+	+		
Тема 2.1	+	+	+	+	+	+		
Тема 2.2	+	+	+	+	+	+		+
Тема 2.3	+	+	+	+	+	+		
Тема 2.4	+	+	+	+	+	+		
Тема 2.5	+	+	+	+	+	+		

1.6. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Результат обученияпо дисциплине	**Критерии и показатели оценивания результатов обучения**			
	не удовлетворительно	**удовлетворительно**	**хорошо**	**отлично**
I этап **Знать** принципы структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла **(ПК-1 / ПК-1.1)**	**Фрагментарные знания** о принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла / **Отсутствие знаний**	**Неполные знания о** принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла	**Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о** принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла	**Сформированные и систематические знания о** принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла
II этап **Уметь** определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла **(ПК-1 / ОПК-1.1)**	**Фрагментарное умение** определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла / **Отсутствие умений**	**В целом успешное, но не систематическое умение** определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла	**В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение** определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла	**Успешное и систематическое умение** определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стациям жизненного цикла
III этап **Владеть навыками** структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла **(ПК-1 / ПК-1.1)**	**Фрагментарное применение навыков** структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла / **Отсутствие навыков**	**В целом успешное, но не систематическое применение навыков** структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла	**В целом успешное, но сопровождающееся отдельнымиошибками применение навыков** структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла	**Успешное и систематическое применениенавыков** структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стациям жизненного цикла

Раздел 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Блок А
ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд тестовых заданий по дисциплине

Тема 1.1

1. Выделение четырех типов рынка в зависимости от уровня конкуренции это:
а) поведенческий подход к конкуренции
б) структурный подход
в) неоклассический подход
г) современный этап развития конкуренции

2. Теория рыночного равновесия принадлежит:
а) А. Смиту
б) И. Шумпетер
в) Л. Вальрасу
г) П. Самуэльсон

3. Конкуренция оказывает влияние на рынке:
а) только положительное, поскольку отвечает интересам общества
б) только отрицательное, поскольку вытесняет с рынка отдельные предприятия, сокращает прибыль
в) как положительный, так и отрицательный эффект
г) положительное или отрицательное влияние в зависимости от особенностей конкретной страны

4. Регулятивная функция конкуренции заключается в:
а) перераспределении ресурсов между субъектами рынка
б) стимулировании инноваций
в) влиянии законов спроса и предложения на рынке
г) формировании единых норм конкурентного поведения

5. Предметом конкуренции являются:
а) покупатель или потребитель;
б) удовлетворение потребностей через товар или услугу
в) предприятия-конкуренты
г) товары-конкуренты

6. Объектом конкуренции являются:
а) предприятия-конкуренты
б) товар или услуга
в) покупатель или потребитель
г) товары-конкуренты

7. Минимальное влияние продавцов на цены существует при:
а) монополистической конкуренции
б) чистой конкуренции
в) олигополии
г) монополии

8. Наибольшее количество предприятий-конкурентов на рынке при:

а) полипсонии
б) олигопсонии
в) монополистической конкуренции
г) совершенной конкуренции

9. Наименьшее количество покупателей на рынке в условиях:
а) монопсонии
б) монополии
г) полипсонии
д) совершенной конкуренции

10. Реальная рыночная конкурентоспособность отличается от потенциальной влиянием:
а) качественных характеристик товара
б) особенностей реализации товара на определенном рынке (нормативно-правовые акты, информированность, доступность и т.д.)
в) ценовых характеристик товара
г) технических особенностей изделия

Тема 1.2

1. Согласно теории Портера конкурентную силу на рынке имеют производители:
а) аналогичных товаров
б) товаров-заменителей, потребители, поставщики
в) действуют в одной отрасли
г) сопутствующих товаров

2. Согласно теории конкуренции М. Портера необходимо:
а) соблюдать не менее двух стратегий одновременно
б) сочетать стратегию дифференциации и концентрации
в) выбрать только одну из трех рекомендуемых стратегий
г) сочетать стратегию концентрации и низких затрат

3. Теорию стратегического планирования М. Портера критиковали, поскольку она была:
а) неполной
б) противоречивой
в) недостаточно гибкой и динамичной
г) слишком сложной для использования

4. В отличие от стратегического планирования, Г. Минтцберг предлагает использовать:
а) теорию кластеров
б) теорию экосистем
в) стратегическое мышление
г) теорию игр

5. Согласно теории Г. Хамель и К. Прахалад компании необходимо сосредоточиться:
а) на собственных товарах и услугах
б) на собственных ключевых компетенциях
в) на функциональности товаров конкурентов
г) в деятельности рынка в целом

6. Концепция «стратегической архитектуры» была предложена:
а) М. Портером
б) Г. Минтцберг

в) Г. Хамель и К. Прахалад
г) Дж. Ф. Муром
д) М. Трейси и Ф. Вирсемою

7. Согласно теории М. Трейси и Ф. Вирсема рекомендуют применять:
а) ценностные ориентации «производственное совершенство» и «близость к потребителю» в сочетании
б) ценностные ориентации «лидерство за товаром» и «близость к потребителю» в сочетании
в) четко определенную одну стратегию
г) все три стратегии в сочетании

8. Выбирать стратегию согласно подходом М. Трейси и Ф. Вирсема необходимо:
а) высшему руководству
б) руководителям низших уровней
в) специальным группам специалистов и руководству
г) руководителям средних уровней

9. Согласно теории Дж. Мура компании необходимо:
а) постоянно учитывать деятельность партнеров и развивать сотрудничество
б) активно конкурировать, чтобы быть единственным победителем на рынке
б) не вмешиваться в естественное функционирование экосистемы
г) ориентироваться только на собственную эффективность

10. Правило «ромба» М. Портера содержит такие определяющие факторы международной конкурентоспособности:
а) законодательное регулирование
б) помощь со стороны государства
в) характер спроса на внутреннем рынке
г) наличие дешевой рабочей силы

Тема 1.3

1. Конкурентные преимущества предприятия не возникают при:
а) снижении затрат
б) дифференциации товара
в) повышении размера используемого капитала
г) нет правильного ответа

2. Конкурентные преимущества одного предприятия перед другим могут быть оценены в случае, если они:
а) удовлетворяют различные потребности покупателей
б) находятся на разных фазах жизненного цикла
в) относятся к родственным сегментам рынка и находятся на одной фазе жизненного цикла
г) реализуют товары, взаимозаменяющие друг друга в потреблении

3. Необходимым условием равновесия (устойчивости) состояния предприятия на рынке являются:
а) получение определенной суммы прибыли
б) тождество темпов роста валового дохода и текущих затрат на дополнительную единицу увеличения товарооборота
в) конкурентоспособность
г) увеличение фактических объемов деятельности

4. Определите, какой из стадий жизненного цикла предприятия соответствует цель - формирование имиджа и сбалансированный рост объемов деятельности:

а) юность
б) зрелость
в) детство
г) старение

5. Хозяйственный портфель предприятия - это:

а) набор производств, объединяющая предприятие
б) ассортимент выпускаемой (реализуемой) продукции, услуг
в) состав персонала
г) состав и структура экономических ресурсов предприятия

6. Конкурентоспособность предприятия зависит от:

а) наличия конкурентных преимуществ
б) конкурентоспособности только его товаров
в) конкурентоспособности страны, региона, отрасли, товаров
г) нет правильного ответа

7. Эволюция конкуренции осуществлялась от:

а) неценовой к ценовой
б) ценовой к неценовой
в) рынка покупателя к рынку продавца
г) глобальной к национальной

8. Конкуренция в глобальных отраслях:

а) значительно проще для выработки стратегии по сравнению с внутренней
б) не определяется влиянием колебания валютных курсов
в) сложнее для анализа, чем внутренняя
г) определяется влиянием правительств разных стран

9. Монопольным считается положение предприятия, которое обладает:

а) 50 процентами рынка
б) 10 процентами рынка
в) 35 процентами рынка
г) 25 процентами рынка

10. Наиболее сложно предприятию реализовать стратегию:

а) копирования
б) увеличения объемов производства
в) дробления
г) нет правильного ответа

Тема 1.4

1. Первый этап эволюции управления конкурентоспособности характеризуется:

а) внедрением адаптивных систем управления
б) глобализацией конкуренции
в) неценовыми методами конкуренции
г) ценовыми методами конкуренции

2. Конкурентоспособность предприятия отражает:

а) доходность собственного капитала
б) динамику объема товарооборота
в) производительность использования всех ресурсов

г) производительность использования трудовых ресурсов

3. Конкурентные преимущества предприятия возникают за счет:
а) снижение расходов и дифференцировки товаров
б) повышение фондовооруженности труда
в) оснащение предприятия новым оборудованием
г) повышение квалификации руководства предприятия

4. Особенности факторов производства - определяющий фактор конкурентоспособности страны:
а) на стадии инвестиций
б) на стадии нововведений
в) на стадии богатства
г) в начальной стадии формирования конкурентоспособности страны

5. Макроэкономический подход к конкурентоспособности стран основывается на:
а) решающем влиянии государственного регулирования
б) идеологической основе
в) стоимости факторов производства, спросе
г) согласовании действий государства и социальных групп

6. Какая последовательность возникновения потребности потребителя, принимающего решение о покупке, является, по мнению Ф. Котлера, верной:
а) товарно-родовые конкуренты, марки-конкуренты; товарно-видовые конкуренты; желание-конкуренты
б) марки-конкуренты; желание конкуренты, товарно-видовые конкуренты; товарно-родовые конкуренты
в) желание конкуренты, товарно-родовые конкуренты, товарно-видовые конкуренты; марки-конкуренты
г) товарно-видовые конкуренты; марки-конкуренты; товарно-родовые конкуренты

7. Формирование технологических преимуществ характерно для следующих отраслей:
а) добыча минерального сырья
б) машиностроения и автомобилестроения
в) информационные технологии
г) электроника

8. Минимизация издержек производства является ключевым средством формирования конкурентных преимуществ в следующих областях:
а) машиностроение
б) электроэнергетика
в) электроника
г) сельское хозяйство

9. Теория экосистем в целом продолжает:
а) теорию игр
б) теорию кластеров
в) теорию ромба
г) цепочка ценностей

10. Теория игр в бизнесе, в отличие от традиционной:
а) не предусматривает непременного выигрыша только одного участника
б) считает, что в конкуренции на рынке может быть только один победитель
в) ничем не отличается от традиционного применения

г) требует знания высшей математики

Тема 1.5

1. Какая последовательность этапов реализации процесса управления конкурентоспособностью правильная:

а) формирование методов управления; осуществление управленческого влияния с помощью руководства; реализация функций управления; формализация методов менеджмента в управленческих решениях

б) реализация функций управления; формирование методов управления; формализация методов менеджмента в управленческих решениях; осуществления управленческого влияния с помощью руководства

в) осуществление управленческого воздействия с помощью руководства; формализация методов менеджмента в управленческих решениях; реализация функций управления; формирование методов управления

г) формализация методов менеджмента в управленческих решениях; формирование методов управления; осуществления управленческого влияния с помощью руководства; реализация функций управления

2. К общим функциям управления относятся:

а) координация
б) мотивация
в) планирование
г) организация
д) все вышеперечисленное

3. Экономические методы менеджмента включают:

а) технологические документы
б) экономические стимулы и экономические планы
в) социальные планы
г) верного ответа нет

4. Общими решениями считают те, которые:

а) принимаются на низшем уровне управления
б) вызваны новой ситуацией для определенного подразделения
в) касаются предприятия в целом
г) обосновываются объективными аналитическими процессами

5. К основным административно-хозяйственным уровням управления конкурентоспособностью относят:

а) уровень конкретного работника
б) уровень группы работников
в) уровень предприятия и государственный уровень
г) верного ответа нет

6. Основополагающим фактором пирамиды конкурентоспособности являются:

а) эффективность инвестирования в НИОКР
б) качество образования в стране
в) особенности налогообложения
г) уровень жизни населения

7. К тактическим задачам предприятия относятся:

а) осознание желаемого состояния его функционирования
б) пути и методы достижения целей, стоящих в настоящее время
в) средство решения проблемных ситуаций, с которыми оно сталкивается

г) трудности и проблемы, с которыми ему случается сталкиваться

8. Увеличение рекламного бюджета позволяет предприятиям отрасли продавать:
а) более качественные товары
б) большее количество товаров по более низкой цене
в) тот же объем товаров по более высокой цене
г) товары с меньшими затратами

9. Стратегическая зона хозяйствования - это:
а) контактные аудитории, оказывающая давление на миссию предприятия
б) совокупность поставщиков основных ресурсов, способных обеспечить получение предприятием этих ресурсов
в) отдельный элемент внешнего окружения предприятия, на который оно имеет выход
г) все вышеперечисленное

10. К мерам повышения уровня конкурентоспособности предприятия относятся:
а) предоставление покупателям скидок с прейскурантной цены
б) эффективная рекламная кампания
в) снижение стоимости послегарантийного ремонта
г) все ответы верны.

Тема 2.1

1. Уровень и особенности конкуренции на рынке лучше отражает:
а) индекс Линда
б) коэффициент концентрации
в) индекс Герфиндаля-Гиршмана

2. Слияние компании допускается, если индекс Герфиндаля-Гиршмана составляет:
а) 10000
б) 100
в) 1000
г) нет правильного ответа

3. Конкурентный процесс это:
а) направленное, закономерное изменение конкурентных объектов
б) изменение состояния элементов конкурентной системы и ее подсистем
в) переход от менее конкурентно усовершенствованного к более совершенному
г) способность постоянно поддерживать, воспроизводить систему конкурентных отношений

4. Оценивая конкурентоспособность на мезоуровне, изучают конкурентоспособность:
а) регионов
б) отраслей
в) предприятий
г) товаров

5. Предприятия достигают конкурентных преимуществ, главным образом, за счет:
а) дифференциации продукции, услуг и снижения затрат
б) увеличения размера используемого капитала
в) максимизации прибыли
г) минимизации затрат на маркетинг

Тема 2.2

1. Конкурентоспособность товара или предприятия является характеристикой:

а) абсолютной

б) относительной

в) на внутреннем рынке - абсолютной

г) на внешнем рынке - абсолютной

2. Выберите правильное утверждение:

а) конкурентоспособность товаров определяет конкурентоспособность предприятия

б) конкурентоспособность предприятия и товаров имеют взаимное влияние

в) конкурентоспособность предприятия определяет конкурентоспособность товаров

г) конкурентоспособность товаров и предприятия не связаны между собой

3. Формирование «потенциальной» конкурентоспособности продукции предусматривает:

а) формирование каналов товародвижения

б) формирование спроса по качественно-ценовым признакам

в) проектирование и испытания товара

г) организацию рекламной кампании

4. Определите, какие из факторов влияют на формирование стратегических целей функционирования предприятия:

а) внутренние проблемы, с которыми сталкивается предприятие

б) изменения во внешней среде функционирования предприятия через государственное регулирование

в) изменения на рынке деятельности предприятия

г) все взаимосвязь экономических, социальных и политических условий функционирования

5. Принятие хозяйственных решений означает:

а) поиск альтернативных вариантов действий

б) разработку стратегий поведения

в) выбор наилучшего варианта достижения цели предприятия

г) оценку возможных изменений условий деятельности предприятия

6. SWOT-анализ предназначен в первую очередь для изучения и совершенствования конкурентных преимуществ:

а) страны

б) региона

в) отрасли

г) предприятия

7. Дерево целей предприятия необходимо строить для:

а) выявления соподчиненности целей и возможностей их поэтапной реализации

б) осознание количества целей, стоящих перед предприятием

в) распределения целей на качественные и количественные

г) все ответы верны

8. Из перечисленных ниже методов планирования субъективный характер имеет:

а) экономико-статистический

б) экспертный

в) нормативный

г) балансовый

9. Главной целью стратегического управления предприятием в условиях рынка являются:

а) создание условий для самофинансирования

б) максимизация прибыли предприятия

в) расширение объемов деятельности и доли рынка

г) укрепление конкурентоспособности предприятия

10. Кластеры - это:

а) подобные по размеру компании

б) группы компаний и связанных с их деятельностью организаций, сконцентрированных географически

в) компании, конкурирующие в отрасли

г) компании-поставщики

Тема 2.3

1. К классическим теориям конкурентоспособности относятся теории:

а) Рикардо

б) М. Портера

в) Е.Хекшеру и Б.Олина

г) А. Смита

д) Леонтьева

2. Факторную теорию конкурентоспособности предложил:

а) Д. Рикардо, А. Смит

б) М. Портер

в) Е.Хекшер, Б.Олина

г) М.Познер

3. Парадокс Леонтьева опровергал:

а) теорему Т. Рыбчинского

б) теорию жизненного цикла

в) факторную теорию

г) «теорию ромба».

4. Согласно модели технологического разрыва страна приобретает конкурентные преимущества вследствие:

а) наличия избыточных факторов производства

б) более низких издержек, которые обусловливаются новой технологией

в) повышение квалификации рабочей силы

г) переливание капитала в интенсивные отрасли

5. Ключевую роль отдельных предприятий в достижении конкурентоспособности страны выделил:

а) С.Линдер

б) Р.Вернон

в) М.Познер

г) Г.Хамел

6. Всемирный экономический форум определяет конкурентоспособность стран на основе:

а) анализа полезного эффекта и совокупных расходов их товаров

б) системы Х

в) системы показателей относительно экономических перспектив, политического риска, внешней задолженности, платежеспособности страны

г) многоугольника конкурентоспособности

7. Ведущим фактором управления конкурентоспособности в Японии являются:
а) эффективная рекламная стратегия для товаров
б) установление низких цен
в) высокое качество товаров
г) предупреждение дефектов продукции

8. Конкурентоспособной можно считать страну, в которой:
а) каждая отрасль является конкурентоспособной на международных рынках
б) существует значительный положительный баланс в торговле
в) существует высокая производительность
г) имеется значительное количество дешевой рабочей силы

9. Для достижения международной конкурентоспособности компании необходимо:
а) избегать конкуренции внутри страны
б) ориентироваться на сильных конкурентов внутри страны
в) не способствовать развитию рыночного окружения внутри страны
г) не учитывать деятельности внутренних конкурентов

10. Правительственные ограничения международной торговли в долгосрочном плане:
а) стимулируют развитие долгосрочной конкурентоспособности страны
б) способствуют развитию международной торговли определенной страны
в) предназначены для защиты молодых отраслей, чем обеспечивают их долгосрочную международную конкурентоспособность
г) прежде всего, тормозят развитие конкурентоспособности страны

Тема 2.4

1. При глобальной стратегии компания:
а) конкурирует на мировом рынке в целом
б) конкурирует на каждом из зарубежных рынков
в) состоит из стратегически независимых подразделений
г) достигает оптимума на каждом зарубежном рынке

2. При мультилокальний (многонациональной) стратегии компания:
а) конкурирует на мировом рынке в целом
б) конкурирует на каждом из зарубежных рынков
в) вырабатывает стратегию централизованно
г) достигает единого оптимума в своей деятельности на общем глобальном рынке

3. К составляющим экономической стратегии предприятия, реализуемой в его внутренней сфере, относятся:
а) стратегия взаимодействия с рынком производственных факторов
б) стратегия ценообразования
в) стратегия инвестиционной деятельности
г) товарная стратегия

4. Конкурентоспособность предприятия определяется:
а) преимуществами продукции, услуг, предлагаемых покупателям
б) сравнительными преимуществами предприятия по отношению к другим предприятиям отрасли, в пределах и за пределами страны
в) предельными возможностями предприятия по реализации конкурентоспособных услуг
г) все ответы верны

5. Стратегия проникновения в товарной политике предприятия характеризуется тем, что при выходе на рынок:

а) высокая цена товара постепенно уменьшается

б) низкая цена товара постепенно повышается

в) низкая цена товара стабильно поддерживается на уровне возмещение издержек производства и обращения

г) цена товара устанавливается на уровне цен конкурентов

6. Наиболее системно и эффективно управление конкурентоспособностью осуществляют в:

а) Германии

б) Великобритании

в) США

г) Швеции

7. Основные препятствия для глобальной конкуренции:

а) экономия за счет масштабов производства

б) мобильность производства

в) различия в потребностях в различных странах

г) быстрые изменения технологий

8. Основной признак международной конкуренции:

а) наличие значительного количества субъектов рынка;

б) больше размер предприятий-конкурентов;

в) использование различных методов конкуренции;

г) трансграничный характер конкуренции.

9. Согласно теории М. Портера конкурентоспособность страны не определяется:

а) наличием дешевой рабочей силы

б) наличием запасов полезных ископаемых

в) наличием квалифицированных кадров

г) эффективным государственным регулированием

10. Согласно теории М Портера усиленный спрос внутри страны:

а) препятствует достижению международной конкурентоспособности

б) не влияет на международную конкурентоспособность

в) усиливает международную конкурентоспособность при наличии других благоприятных факторов (согласно «теории ромба»)

г) усиливает международную конкурентоспособность независимо от других факторов

Тема 2.5

1. Определяющую роль постоянных инноваций в достижении конкурентоспособности отметил:

а) А. Смит

б) К. Маркс

в) Портер

г) Й.Шумпетер

2. Сосредоточиться на узком сегменте потребителей лучше позволяет:

а) коммутантная стратегия

б) виолентная стратегия

в) патиентна стратегия

3. Стратегия «производственной совершенства» основывается на:
а) формировании уникальных товаров
б) лучшем удовлетворении потребностей конкретной группы потребителей
в) доступности и приемлемым ценам товаров
г) научно-технических разработках для создания особого товара

4. Стратегия «лидерства за товаром» основывается на:
а) формировании уникальных товаров
б) лучшем удовлетворении потребностей конкретной группы потребителей
в) доступности и приемлемым ценам товаров
г) производственной совершенства

5. Следуя ценностной ориентации «близость к потребителю» необходимо:
а) оптимизировать и рационализировать производственные процессы
б) развивать инновации и творческий подход
в) развивать глубокое понимание потребностей клиентов
г) развивать тесные отношения с поставщиками

6. Согласно концепции «цепочки создания ценностей» рекомендуют:
а) детально анализировать ценность товара для потенциальных потребителей
б) анализировать источники конкурентных преимуществ на уровне отдельных связанных направлений деятельности и функций
в) детально планировать реализацию стратегии во времени
г) использовать логистические подходы

7. Стратегия горизонтальной диверсификации целесообразно применять в условиях:
а) совершенной конкуренции и полипсонии
б) монополии и монопсонии
в) монополии и полипсонии
г) олигополии и полипсонии

8. Матрица «рост / доля рынка» была впервые предложена:
а) Портером
б) Г.Минтцбергом
в) БКГ
г) Г.Хамелом
д) Дж.Ф.Муром

9. Среди стратегий конкурентной борьбы Портер выделяет:
а) «лидерство за товаром»
б) «близость к потребителю»
в) стратегию дифференциации
г) теорию экосистем

10. В условиях глубокого экономического кризиса предприятия выбирают стратегию:
а) роста
б) стабилизации
в) выживания
г) "снятия сливок"

Критерии и шкалы оценивания тестов

Критерии оценивания при текущем контроле
процент правильных ответов менее 40 (по 5 бальной системе контроля – оценка «неудовлетворительно»);
процент правильных ответов 40 – 59 (по 5 бальной системе контроля – оценка «удовлетворительно»)
процент правильных ответов 60 – 79 (по 5 бальной системе контроля – оценка «хорошо»)
процент правильных ответов 80-100 (по 5 бальной системе контроля – оценка «отлично»)

Вопросы для устного опроса

Тема 1.1

1. Конкуренция: понятие и виды
2. Конкуренция как движущая сила рынка
3. Элементы механизма конкурентной борьбы
4. Конкуренция и предприятие
5. Конкурентные отношения на современном этапе развития экономики
6. Стратегия конкуренции на основе прогнозирования действий предприятия

Тема 1.2

1. Виды конкурентоспособности в зависимости от объекта и уровня анализа
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность фирмы
3. Показатели эффективности производства в оценке конкурентоспособности фирмы
4. Организационные меры, повышающие уровень конкурентоспособности предприятия

Тема 1.3

1. Понятие конкурентного преимущества
2. Виды конкурентных преимуществ
3. Пути создания и удержания конкурентных преимуществ
4. Среда, формирующая конкурентные преимущества.
5. Конкурентное преимущество и типовые стратегии
6. Источники конкурентного преимущества
7. Типичные причины новаций, дающих конкурентное преимущество
8. Факторы удержания конкурентных преимуществ

Тема 1.4

1. Классификация и сущность основных методов управления конкурентными преимуществами
2. Методы анализа конкурентных преимуществ (SWOT; GAP, LOTS, PIMS, Мак-Кинси).
3. Формирование конкурентных преимуществ объектов на основе их эксклюзивной ценности
4. Анализ конкурентоспособности фирмы по Ж.-Ж. Ламбену

Тема 1.5

1. Понятие конкурентного статуса предприятия
2. Оценка уровня конкурентного статуса предприятия

Тема 2.1

1. Аграрный рынок и факторы влияния на состояние аграрного рынка.
2. Технология анализа рынка методом конкурентной диагностики.
3. Анализ рыночной доли конкурентов.
4. Анализ причин и условий возникновения конкурентных преимуществ.
5. Сравнительный анализ товарного предложения.
6. Сопоставление практики ценообразования и динамики цен.
7. Анализ организации сбытовой сети и используемых средств стимулирования продаж
8. Построение конкурентной карты рынка и систематизация конкурентных преимуществ

Тема 2.2

1. Сущность и значение качества продукции. Показатели качества продукции. Стандартизация и сертификация в АПК.
2. Конкурентоспособность продукции АПК, ее виды, показатели и проблемы повышения.
3. Оценка уровня конкурентоспособности продукции: показатели, этапы и методика анализа
4. Пути повышения качества продукции и ее конкурентоспособности.

Тема 2.3

1. Принципы оценки конкурентоспособности
2. Особенности оценки конкурентоспособности персонала
3. Оценка конкурентоспособности товара на основе определения полезного эффекта
4. Оценка конкурентоспособности организации в рамках системного анализа
5. Конкурентный потенциал торговой марки и методы его оценки
6. Общие подходы к оценке конкурентоспособности отрасли, региона, государства

Тема 2.4

1. Структура системы обеспечения конкурентоспособности
2. Содержание внешней среды системы: макро- и микросреда организации, инфраструктура региона
3. Содержание целевой, обеспечивающей и управляемой подсистемы
4. Организация принятия конкурентоспособных управленческих решений в управляющей подсистеме

Тема 2.5

1. Конкурентная стратегия и ее соответствие деловой окружающей среде
2. Конкуренция в новых и быстрорастущих отраслях
3. Конкурентная стратегия в отраслях, находящихся в стадии зрелости
4. Конкурентные стратегии для фирм, которые действуют в отраслях, находящихся в состоянии стагнации или спада
5. Конкурентные стратегии в раздробленных отраслях
6. Стратегия лидеров отрасли
7. Стратегии фирм, находящихся на вторых ролях
8. Стратегии для слабого бизнеса
9. Стратегия восстановления для кризисных ситуаций

Критерии и шкалы оценивания устного опроса

Критерии оценки при текущем контроле	Оценка
Студент отсутствовал на занятии или не принимал участия. Неверные и ошибочные ответы по вопросам, разбираемым на семинаре	«неудовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт расплывчатые ответы на вопросы. Описывая тему, путается и теряет суть вопроса. Верность суждений, полнота и правильность ответов – 40-59 %	«удовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт ответы на некоторые вопросы, то есть не проявляет достаточно высокой активности. Верность суждений студента, полнота и правильность ответов 60-79%	«хорошо»
Студент демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы. Высока активность студента при ответах на вопросы преподавателя, активное участие в проводимых дискуссиях. Правильность ответов и полнота их раскрытия должны составлять более 80%	«отлично»

Блок Б
ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УМЕНИЙ, НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Типовые задания для практических занятий

Тема 1.1

Задание 1. Рассчитать вероятность реакции системы на изменение спроса, если вероятность реакции каждого отдельного предприятия равна 0,1.

Число предприятий:

- *для системы А - 2 предприятия;*
- *для системы Б - 10 предприятий;*
- *для системы В - 25 предприятий;*
- *для системы Г - 40 предприятий.*

Вероятность реакции оценивается для каждой системы отдельно.

Дайте краткую характеристику типам рынков, в рамках которых действуют предприятия каждой из систем в зависимости от рассчитанного показателя.

Тема 1.2

Задание 1. Рассчитайте индекс Харфинделя - Хиршмана для следующих условий.

Таблица - Исходные данные для расчета уровня интенсивности конкуренции в отрасли

фирмы в области	***Объемы реализации продукции в отчетном периоде, тыс. тонн.***									
	Варианты									
	1	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
№1	45679	12265	45896	45896	2365	45879	10236	45876	45879	45896
№ 2	5486	4589	12589	4589	12587	4587	12542	12589	5698	5410
№ 3	2548	12369	12365	25698	5000	1236	1458	45698	1254	10000
№ 4	12569	14589	8956	25478	12547	4569	12547	1236	10006	9800
№ 5	13007	8965	12587	3698	8963	23658	1269	45623	1254	4559
№ 6	14589	10336	12658	12589	12547	33369	12006	1258	12549	15870
№ 7	5687	1548	12589	32547	12555	2589	1456	12547	13654	9874
№ 8	78523	1258	4587	12547	4587	45632	58796	12547	1459	1256
№ 9	4562	12369	56898	12587	12360	1478	14875	4569	15789	13259
№ 10	10006	12587	12589	4569	12540	12360	6589	45689	16897	1254

Согласно рассчитанному показателю, сделайте вывод: в рамках какого типа рынка действуют фирмы. Дайте краткую характеристику данному типу рынка.

Пример решения:

На потребительском рынке города конкурируют пять крупных производителей обуви. Рыночные доли данных производителей равны соответственно – 34 %; 21 %; 18 %; 15 %; 12 %. Определим состояние конкуренции на рынке с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана:

$HHI = (0,34)^2 + (0,21)^2 + (0,18)^2 + (0,15)^2 + (0,12)^2 = 0,229.$

Задание 2. По приведённым параметрам хозяйственной деятельности перерабатывающих предприятий определите уровни конкурентоспособности К1, К2, К3 относительно лидера рынка, занимающего наибольшую его долю.

Таблица – исходные данные

Параметры деятельности	А	Б	В	Г
1. Рыночная доля компании	42,86 %	10 %	10 %	22,86 %
2. Рост объемов реализации продукции	3 %	5 %	2 %	6 %
3. Рентабельность	15 %	12 %	10 %	15 %
4. Качество услуг	95 %	97 %	90 %	95 %

Задание 3. Сравнить параметры хозяйственной деятельности предприятий хлебопекарной промышленности, работающих на рынке города N. Рассчитайте уровень их конкурентоспособности относительно лидера рынка.

Таблица – исходные данные

Параметры деятельности	А	Б	В	Г
1. Рыночная доля предприятия	32 %	3 %	17 %	5 %
2. Рост объемов производства	4 %	6 %	3 %	4 %
3. Выручка от реализации за год, тыс.руб.	1 973,9	461,4	1 032,3	321,9
4. Валовые расходы, тыс.руб.	823,5	213,6	537,3	212,6

Тема 1.3

Задание 1. Рассчитайте вероятностный коэффициент эластичности предложения цены продукции, если коэффициент эластичности предложения равен 1) 0,49; 2) 0,87; 3) 0,56.

Таблица - Исходные данные для расчета показателя интенсивности конкуренции в отрасли

фирмы в области	***Объемы реализации продукции в отчетном периоде, тыс. Тонн.***									
	Варианты									
	1	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
№1	4567	1225	4589	4586	2365	4579	1236	4876	4512	5688
№ 2	4562	4598	1256	5896	1257	4587	1542	5689	5558	5410
№ 3	3326	5658	1236	2568	5488	2569	1458	5689	5698	5623
№ 4	1256	1489	8956	2547	1254	4569	2346	2589	1006	5889
№ 5	4307	8956	1258	3698	8963	2368	4589	5698	1254	5555
№ 6	1129	1035	1265	1258	2569	3339	5689	6987	5688	5698
№ 7	5659	1500	1258	3254	1255	2355	2269	6988	5698	9874

Сделайте вывод об уровне конкуренции и реактивности рынка на основании рассчитанного значения.

Тема 1.4

Задание 1. На рынке области конкурируют восемь птицефабрик. Сравните показатели их деятельности по производству мяса и полученным доходам. Определите рыночные доли данных компаний в натуральном и стоимостном выражении. Рассчитайте индексы концентрации, исходя из полученных результатов. Какой вывод можно сделать из сравнения индексов?

Компания	Объём производства, тонн	Объём прибыли, млн руб.
1. Птицепром	7,8	24,3
2. Коломна	9,1	26,0
3. Никитенское	5,6	12,5
4. Русский бройлер	5,8	12,3
5. Заря	5,2	12,0
6. Андреево	4,3	10,1
7. Белая птица	1,0	2,5
8. ИП Волков	0,95	2,1
ИТОГО		

Тема 1.5

Задание 1. В таблице представлены данные о долях компаний на региональном рынке. Определите индекс концентрации и сделайте вывод о мере конкуренции на рассматриваемом рынке.

Розничный магазин	Доля рынка
1. А	0,23
2. Б	0,17

3. В	0,14
4. Г	0,11
5. Д	0,09
6. Е	0,08
7. Ж	0,08
8. З	0,04
9. И	0,03
10. К	0,03

Пример решения

Рынок считается неконцентрированным при значениях индекса для трех фирм ниже 45 %, умеренно концентрированным при CRk = 45-70 % и высококонцентрированным при CRk >70 %.

Трехдольный CRk = 0,23 + 0,17 + 0,14 = 0,54

Четырехдольный CRk = 0,23 + 0,17 + 0,14 +0,13 = 0,65

Вывод: региональный рынок розничной продажи умеренно концентрированный, то есть между компаниями средний уровень конкуренции.

Задание 2. В таблице представлены данные о долях, занимаемых торговыми марками минеральной воды на региональном рынке. Определите индекс концентрации.

Торговая марка	Доля рынка
Волжанка	55%
Нарзан	10%
Боржоми	8%
Aqua Minerale	7%
BonAqua	7%
Святой Источник	4%
Perrie	2%
Aqua Line	2%
Water Blue	2%
Прочие	3%

Тема 2.1

Задание 1. На региональном рынке присутствует продукция 6 молочных компаний. Среди них торговая марка «Родные просторы» занимает 43 % местного рынка, «Домик в деревне» – 29 %, «Доярушка» – 15 %. Определите коэффициент относительной концентрации.

Пример решения:

Доля крупнейших предприятий рынка в общей сумме предприятий составляет 4 / 7 = 0,57. Доля продукции этих предприятий в общем объеме выпускаемой продукции составляет 0,35+ 0,30 + 0,14 + 0,08 = 0,87. Тогда индекс концентрации K = 0,57 : 0,87= 0,66. Это значение свидетельствует о значительной степени концентрации рынка.

Задание 2. Каков коэффициент относительной концентрации на рынке кондитерской продукции N-ской области, если на нём представлена продукция 12 компаний, а лидеры имеют следующие доли: «А» занимает 25 % местного рынка, «Б» – 15 %, «В» – 11%, «Г» – 8%.

Тема 2.2

Задание 1. В ходе панельного исследования по методике компании «Нильсен» получены следующие результаты:

- в реализации продукции в городе X задействованы $К_{общ}$ магазинов;
- из них $К_{п}$ магазинов участвуют в панельных исследованиях;
- запас продукции различных марок на складах этих магазинов составил: на 1 января 2020 - $В^{с}_{и}$ ед .; на 1 марта 2020 - $В^{к}_{в}$ ед .;
- в январе 2020 ими было закуплено $П_1$ продукции различных марок, в феврале - $П_2$ ед.

Таблица - Исходные данные для определения емкости рынка

Наименование показателей	Усл. обозн.	*Варианты*									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Общее количество фирм, ед.	$К_{оощ}$	1085	1554	1658	1589	1456	1254	1365	1258	1478	1569
Количество фирм в панели	$К_{п}$	425	456	452	458	455	456	478	469	425	458
Остатки продукции - на начало периода	$О^{н}_{и}$	1897	1458	1458	1589	1478	1698	1589	1236	1478	1236
- на конец периода	$В^{к}_{и}$	458	459	785	756	752	750	458	452	489	563
Объем продаж: - Январь, ед.	$П_{1}$	7896	7820	7960	7852	4582	7863	4589	4569	5896	5698
- Февраль, ед.	$П_{2}$	5698	4589	4785	4526	2365	4879	7896	4523	4598	7852
Период анализа, мес.	t	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Определите индекс панели и емкость рынка продукции в городе.

Тема 2.3

Задание 1.

На рынке сельскохозяйственной техники региона конкурируют четыре крупных компании поставщика. Рыночные доли трёх из них соответственно 0,3; 0,2; 0,1. Найти рыночную долю четвёртой компании и коэффициент вариации рыночных долей.

Задание 2.

Правильное позиционирование включает следующие составляющие: определение целевого рынка; определение бизнеса компании, отрасли или товарной категории, в которой она ведёт борьбу; заявление о точках отличий и ключевых выгодах. Сформулируйте позиционирование для предприятия молочной промышленности по таким позициям: целевой рынок; определение бизнес; точка отличий; формулировка позиционирования предприятия.

Сформулируйте позиции следующих предприятий:

1. ГК «Теплицы Донбасса»
2. Агрофирма «Заря»
3. ООО «Вектор»
4. ООО «Колбико»

Тема 2.4

Задание 1. Расчёт позиций компании на рынке

Фирма «АРТ» исследует товары своих конкурентов фирмы «ДАР» и «ЛИК». Для этого было опрошено 100 покупателей, которые определили свое отношение по следующим параметрам товара, поставив каждой фирме по каждому параметру товара оценку в пределах 5 баллов. Были получены следующие средние оценки по товару каждой фирмы:

Фирма	«АРТ»	«ДАР»	«ЛИК»
Качество	4,5	2,2	3,0
Цена	5,0	3,3	4,2
Сервис	1,0	4,0	3,1

Определите позиции каждой фирмы по всем трем параметрам и среднюю позицию каждой фирмы. Какая фирма занимает лучшую среднюю позицию?

Пример решения:

Суммируем показатели позиционирования каждой компании:

«АРТ» – 10,5; «ДАР» – 9,5; «ЛИК» – 10,3. Определим лучшую позицию по всей совокупности параметров (СП): СПi = max (10,5; 9,5; 10,3) = 10,5. То есть, лучшую позицию по рассмотренным параметрам позиционирования имеет компания «АРТ».

Вариант 1

Фирма «А» исследует товары своих конкурентов фирмы «В» и «С». Для этого было опрошено 100 покупателей, которые поставили каждой фирме по каждому параметру товара оценку в пределах 5 баллов. Получены следующие средние оценки по товару каждой фирмы. Определите позиции фирм по всем трем параметрам. Какая фирма занимает лучшую среднюю позицию?

Фирма	A	B	C
Качество	4,0	3,0	5,0
Цена	5,0	2,2	1,1
Сервис	1,5	2,5	3,0

Вариант 2

Фирма «А» исследует товары своих конкурентов фирмы «В» и «С». Для этого было опрошено 100 покупателей, которые поставили каждой фирме по каждому параметру товара оценку в пределах 5 баллов. Просуммировав эти оценки и разделив их на количество опрошенных, были получены следующие средние оценки по товару каждой фирмы. Определить, какая фирма занимает лучшую среднюю позицию.

Фирма	A	B	C
Качество	3,0	4,0	5,0
Цена	5,0	3,2	1,8
Сервис	2,5	3,5	4,0

Тема 2.5

Задание 1. Определите с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана степень концентрации на рынке города Х, если в его торговых центрах за минувший год такие объёмы сбыта:

Товар марки	Объём сбыта, тонн.
1. А	48,0
2. Б	42,1
3. В	35,5
4. Г	25,8
5. Д	10,2
6. Е	7,0
7. Ж	1,7
8. З	1,5

Критерии и шкалы оценивания решения практических заданий

Критерии оценки при текущем контроле	Оценка
Задача не решена или решена неправильно	«неудовлетворительно»
Задание понято правильно; в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде	«удовлетворительно»
Составлен правильный алгоритм решения задачи; в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ	«хорошо»
Составлен правильный алгоритм решения задачи; в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок; получен верный ответ; задача решена рациональным способом	«отлично»

Темы для подготовки реферата (доклада, сообщения, презентации)

Тема 1.1
1. Конкуренция как движущая сила рынка.
2. Научные подходы к трактовке понятия «конкуренция».
3. Роль конкуренции в развитии экономических отношений.

Тема 1.2
1. Проблема формирования конкурентоспособности предприятия.
2. Проблема формирования конкурентоспособности товара.
3. Персонал как объект конкурентоспособности.

Тема 1.3
1. Конкурентное преимущество как объект управления.
2. Теории конкурентных преимуществ.
3. Возможности предприятия в формировании конкурентных преимуществ.

Тема 1.4
1. Качественные методы анализа конкурентных преимуществ.
2. Количественные методы анализа конкурентных преимуществ.
3. Маркетинговые возможности предприятия и повышении конкурентоспособности

Тема 1.5
1. Проблемы идентификации конкурентного статуса фирмы.
2. Возможности повышения конкурентного статуса предприятия в современных условиях.
3. Роль рекламы в повышении конкурентоспособности

Тема 2.1
1. Качественные методы прогнозирования конкурентоспособности.
2. Количественные методы прогнозирования конкурентоспособности.
3. Роль прогнозирования в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Тема 2.2
1. Конкурентоспособность продукции как объект изучения.
2. Выбор методов анализа конкурентоспособности продукции в зависимости от ее вида.
3. Стандартизация и сертификация как элементы повышения конкурентоспособности продукции предприятия.

Тема 2.3
1. Типы объектов оценки конкурентоспособности.
2. Методики оценки конкурентоспособности разных объектов.
3. Инновации как основа конкурентной борьбы

Тема 2.4
1. Стратегические ориентиры в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
2. Формирование системы повышения конкурентного статуса предприятия.
3. Роль радикальных инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия

Тема 2.5
1. Место малого бизнеса в экономической системе.
2. Возможности повышения конкурентоспособности в малом бизнесе.
3. Кластеры и их роль в современной экономике

Критерии и шкалы оценивания рефератов (докладов)

Оценка	Профессиональные компетенции	Отчетность
«отлично»	Работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Полностью соответствует поставленным в задании целям и задачам. Представленный	Письменно оформленный доклад (реферат)

	материал в основном верен, допускаются мелкие неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с докладом. Выражена способность к профессиональной адаптации, интерпретации знаний из междисциплинарных областей	представлен в срок. Полностью оформлен в соответствии с требованиями
«хорошо»	Работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне, допущены несколько существенных ошибок, не влияющих на результат. Студент отвечает на вопросы, связанные с докладом, но недостаточно полно. Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок, но с некоторыми недоработками
«удовлетворительно»	Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются отдельные недочеты в оформлении
«неудовлетворительно»	Работа выполнена на низком уровне. Допущены грубые ошибки. Ответы на связанные с докладом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале доклада	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются существенные недочеты в оформлении.

Индивидуальное творческое задание

Тема 1.1

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Стратегия конкуренции на основе прогнозирования действий предприятия». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 1.2

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Организационные меры, повышающие уровень конкурентоспособности предприятия». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 1.3

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Факторы удержания конкурентных преимуществ». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 1.4

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Анализ конкурентоспособности фирмы по Ж.-Ж. Ламбену». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 1.5

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Оценка уровня конкурентного статуса фирмы». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 2.1

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Построение конкурентной карты рынка и систематизация конкурентных преимуществ». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 2.2

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Оценка уровня конкурентоспособности продукции: показатели, этапы и методика анализа». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 2.3

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Общие подходы к оценке конкурентоспособности отрасли, региона, государства». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 2.4

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Организация принятия конкурентоспособных управленческих решений в управляющей подсистеме». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Тема 2.5

Задание 1. Самостоятельно изучите и законспектируйте вопрос «Стратегия восстановления для кризисных ситуаций». Составьте 5 тестовых заданий по данному вопросу.

Критерии и шкалы оценивания индивидуального задания

Критерии оценивания	Оценка
Задание не выполнено или допущены существенные неточности	«неудовлетворительно»
Задание выполнено не в полном объеме или полученные результаты недостаточно аргументированы, нарушена логика и последовательность изложения результатов	«удовлетворительно»
Задание выполнено в полном объеме, полученные результаты логичны, последовательны, но аргументированы недостаточно четко	«хорошо»
Задание выполнено в полном объеме, полученные результаты аргументированы, логичны, последовательны	«отлично»

Блок В
ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Теоретические основы конкурентных отношений
2. Конкуренция: понятие и виды
3. Элементы механизма конкурентной борьбы
4. Конкурентные отношения на современном этапе развития экономики
5. Стратегия конкуренции на основе прогнозирования действий предприятия
6. Конкурентоспособность: виды, факторы влияния, алгоритм оценки
7. Виды конкурентоспособности в зависимости от объекта и уровня анализа
8. Факторы, влияющие на конкурентоспособность фирмы
9. Организационные меры, повышающие уровень конкурентоспособности предприятия
10. Теория конкурентных преимуществ фирмы
11. Виды конкурентных преимуществ
12. Пути создания и удержания конкурентных преимуществ
13. Среда, формирующая конкурентные преимущества
14. Конкурентное преимущество и типовые стратегии
15. Источники конкурентного преимущества
16. Факторы удержания конкурентных преимуществ
17. Методология анализа конкурентных преимуществ
18. Принципы управления конкурентоспособностью различных объектов
19. Классификация и сущность основных методов управления конкурентными преимуществами
20. Методы анализа конкурентных преимуществ
21. Конкурентный статус фирмы
22. Понятие конкурентного статуса фирмы
23. Оценка уровня конкурентного статуса фирмы
24. Анализ деятельности конкурентов и прогноз положения предприятия в отрасли
25. Технология анализа рынка методом конкурентной диагностики
26. Анализ рыночной доли конкурентов
27. Анализ причин и условий возникновения конкурентных преимуществ.
28. Построение конкурентной карты рынка и систематизация конкурентных преимуществ
29. Обеспечение конкурентоспособности продукции
30. Оценка уровня конкурентоспособности продукции: показатели, этапы и методика анализа
31. Принципы оценки конкурентоспособности
32. Особенности оценки конкурентоспособности персонала
33. Оценка конкурентоспособности товара на основе определения полезного эффекта
34. Оценка конкурентоспособности организации в рамках системного анализа
35. Конкурентный потенциал торговой марки и методы его оценки
36. Общие подходы к оценке конкурентоспособности отрасли, региона, государства
37. Содержание и структура системы обеспечения конкурентоспособности
38. Структура системы обеспечения конкурентоспособности
39. Содержание внешней среды системы: макро- и микросреда организации, инфраструктура региона
40. Стратегии конкуренции на мировом рынке. Глобальная конкуренция
41. Глобальная стратегия и конкурентное преимущество
42. Конкурентные стратегии в сфере крупного стандартного производства
43. Конкурентные стратегии в сфере узкоспециализированного производства
44. Конкурентные стратегии в сфере радикальных инноваций
45. Конкурентные стратегии малого бизнеса

Шкала оценивания

Зачет	Критерии оценивания
«Отлично»	Сформированные и систематические знания; успешные и систематические умения; успешное и систематическое применение навыков
«Хорошо»	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания; в целом успешные, но содержащие пробелы умения; в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка
«Удовлетворительно»	Неполные знания; в целом успешное, но несистематическое умение; в целом успешное, но несистематическое применение навыков
«Неудовлетворительно»	Фрагментарные знания, умения и навыки / отсутствуют знания, умения и навыки

КОМПЛЕКТ ИТОГОВЫХ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Оценочные средства закрытого и открытого типа для целей текущего контроля и промежуточной аттестации

ПК-1 Подготовка экономических обоснований для стратегических и оперативных этапов развития организации	
ПК-1.1. Разработка мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводственных расходов	
Б1.В.0.6 КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК	
	Задания закрытого типа
1	*Прочитайте текст и выберите все правильные варианты ответа:* **По степени интенсивности конкуренция может быть:** а) умеренной б) непривлекательной в) завлекательной г) ожесточенной для объекта и субъекта конкуренции
	Правильный ответ: а, г
2	*Прочитайте текст и установите последовательность:* **Установите правильную последовательность этапов анализа конкурентоспособности предприятия АПК, ориентируясь на цели и задачи этого анализа:** **1**. Разработка технологии оценки конкурентоспособности. На этом этапе принимают решения об эффективной технологии, размере затрат, количестве производимого товара, целевой аудитории, цене, поставщиках товара и др. 2. Сбор и предварительная обработка информации об объекте анализа. 3. Выявление и изучение проблемы. Нужно оценить внешнюю и внутреннюю среду предприятия, а также изучить рынок (конъюнктуру, спрос, предложение и др.). 4. Выводы и разработка предложений по повышению конкурентоспособности. 5. Оценка конкурентоспособности. 6. Анализ информации по факторам конкурентоспособности. *Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо* | | | | | | |
	Правильный ответ: *3 2 1 6 5 4*
3	*Прочитайте текст и установите последовательность:* **Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции могут быть использованы для разработки системы планов и использованы для обоснования принимаемых решений.** **Методика оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции предполагает следующую последовательность:** **1 –анализ рынка (изучение рынка, потребностей потенциальных покупателей, прогноз платежеспособного спроса населения, рассмотрение возможных конкурентов)** **2 –расчет единичных или простых индексов (натуральных, трудовых, стоимостных, в баллах, процентах, долях, «весах» и т.д.)** **3 –определение перечня параметров, подлежащих сравнению (технических, экономических, в том числе и нормативных) с их количественным выражением и установлением «весомости»** **4 –выбор наиболее весомых факторов повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и разработка мер по их реализации** **5 –расчёт интегрального показателя конкурентоспособности продукции** *Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо* | | | | | |

Правильный ответ:

1	*3*	*2*	*5*	*4*

4 *Прочитайте текст и установите соответствие*

Для составления стратегического плана установите соответствие между видами стратегического анализа и их целями:

Виды анализа		**Цели**	
1	Анализ макроокружения	**А**	Определение внутренних возможностей и ограничений компании.
2	Анализ микроокружения	**Б**	Изучение конкурентов, поставщиков, покупателей и других стейкхолдеров
3	Анализ ресурсов и компетенций	**В**	Оценка влияния политических, экономических, социальных, технологических факторов.
4	Анализ сценариев	**Г**	Прогнозирование возможных вариантов развития событий.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

1	2	3	4

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	А	Б	Г

5 *Прочитайте текст и установите соответствие*

Реализацию стратегии развития предприятия обеспечивает система планов.

Установите соответствие планов организации и на какой срок они разрабатываются

Планы		**Сроки разработки планов**	
1	Стратегические планы	**А**	5 – 10 лет
2	Планы развития организации	**Б**	До 1 года
3	Тактические планы	**В**	1 – 5 лет

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

1	2	3

Правильный ответ:

1	2	3
А	В	Б

Задания открытого типа

6 *Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту падеже:*

Результатом функционирования системы стратегического планирования является совокупность взаимосвязанных _____ документов, в которых отражены принятые стратегические решения и распределение ресурсов.

Правильный ответ: плановых

7 *Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту падеже.*

_____ предприятия призванных реализовывать стратегию, должна постоянно адаптироваться к меняющимся условиям внешней среды..

Правильный ответ: система планов

8 *Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем*

	контексту падеже. **_____ является вершиной системы планов, потому что характеризует основное назначение сельскохозяйственной организации, её цели и стратегии.**
	Правильный ответ: стратегический план
9	*Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту падеже* **_____ организации разрабатывается на срок от 1 года до 5 лет.**
	Правильный ответ: план развития
10	*Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту падеже.* **Главным содержанием _____ является стратегия на обозримое будущее – 3-5 лет и более, он служит ориентиром для всех других планов.**
	Правильный ответ: стратегического плана
11	*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.* **Для разработки бизнес-плана важно правильно выбрать и управлять ключевыми экономическими показателями, чтобы убедиться в эффективности проекта. Какой из следующих экономических показателей будет наиболее значим для оценки финансовой устойчивости предприятия на начальной стадии разработки бизнес-плана?** **А. Чистая прибыль.** **Б. Коэффициент ликвидности.** **В. Рентабельность продаж.** **Г. Долгосрочная задолженность.** **Д. Срок окупаемости инвестиций**.
	Правильный ответ: Б ***Обоснование:*** *коэффициент ликвидности является важным показателем на начальной стадии бизнес-плана, так как он позволяет оценить способность предприятия выполнить свои краткосрочные обязательства. Это критически важно для оценки финансовой устойчивости компании в период её старта.*
12	*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.* **Агропромышленная компания имеет несколько бизнес-единиц, одна из которых приносит убытки, но имеет высокий потенциал роста. Какое решение наиболее рационально?** **Закрыть убыточную бизнес-единицу.** **Инвестировать в развитие убыточной бизнес-единицы.** **Перераспределить ресурсы в пользу прибыльных бизнес-единиц.** **Продать убыточную бизнес-единицу**
	Правильный ответ: 2. Инвестировать в развитие убыточной бизнес-единицы. ***Обоснование:*** *Если бизнес-единица имеет высокий потенциал роста, несмотря на текущие убытки, инвестиции в ее развитие могут быть оправданы. Это особенно актуально в условиях кризиса, когда компании необходимо искать новые точки роста. Однако решение должно быть основано на тщательном анализе рисков и возможностей.*
13	*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.* **Объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль– это _____.** **1. валовый объем производства** **2. операционный рычаг** **3. точка безубыточности** **4. валовый объем реализации**
	Правильный ответ: 3 ***Обоснование****: Правильный вариант – точка безубыточности, так как под точкой безубыточности понимается такой момент, когда предприятие полностью покроет убытки и деятельность компании начнет приносить реальную прибыль. Точка безубыточности - объем продаж, при котором прибыль компании равна нулю. Данный*

показатель точки безубыточности позволяет определить, сколько продукции надо реализовать, какой объем работ выполнить, или услуг оказать, чтобы прибыль компании была бы равной нулю.

14 *Прочитайте текст и установите соответствие.*

При разработке бизнес-плана необходимо управлять ключевыми экономическими показателями, чтобы обеспечить эффективное планирование. Установите соответствие между ключевыми показателями и их характеристиками:

Ключевой показатель		**Характеристика**	
А.	Чистая прибыль	1.	Отношение прибыли к общей сумме инвестиций, показывающее эффективность вложений.
Б.	Рентабельность инвестиций	2.	Соотношение операционной прибыли компании к ее выручке, показывающее эффективность основной деятельности.
В.	Операционная маржа	3.	Период времени, необходимый для возмещения первоначальных инвестиций и выхода на прибыль.
Г.	Денежный поток	4.	Разница между доходами и расходами компании за определенный период.
Д.	Срок окупаемости	5.	Общая сумма денежных средств, поступающих и выводимых из компании, что показывает ликвидность бизнеса.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	**Б**	**В**	**Г**	**Д**

Правильный ответ:

А	**Б**	**В**	**Г**	**Д**
4	1	2	5	3

15 *Прочитайте текст и установите последовательность:*

В процессе разработки стратегических альтернатив и стратегического выбора осуществляется следующая последовательность действий:
1-разрабатывается как можно большее число возможных стратегических альтернатив.
2-стратегические варианты дорабатываются, уточняются с точки зрения развития ситуации во внешней среде, возможных изменений внутренней среды организации.
3-производится оценка предлагаемых к рассмотрению стратегических альтернатив с точки зрения достижения миссии, стратегических целей; анализируются альтернативы в рамках общей выбранной

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

Правильный ответ: 1– 2 - 3

16 *Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов формирования портфельной стратегии:*

Портфельная (корпоративная) стратегия фирмы – это стратегия, которая описывает общее направление развития фирмы с различными видами бизнеса и направлена на обеспечение баланса портфеля товаров и услуг. Этапами формирования портфельной стратегии являются:
1-уяснение текущей стратегии, на основе оценки внешних и внутренних факторов
2-выбор стратегии фирмы на основе ключевых факторов
3-анализ портфеля продукции исходя из матрицы БКГ
4-оценка выбранной

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

Правильный ответ: 1 – 3 – 2 - 4

17	*Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме* **Агропромышленная компания собирается выпускать новый продукт.** **Ваша задача помочь компании составить бизнес план, в котором необходимо рассчитать ключевые экономические показатели и представить их в виде бизнес-анализа.** **Как вы организуете управление ключевыми экономическими показателями при разработке бизнес-плана для нового продукта?**
	Правильный ответ: Управление ключевыми экономическими показателями будет включать: *Прогноз выручки: оценка предполагаемых продаж на основе анализа целевой аудитории, конкурентного рынка и рыночной тенденции.* *Прогнозирование затрат: анализ всех затрат, связанных с производством и продвижением нового продукта (например, затраты на рекламу, логистику, производство).* *Прибыльность: расчет прибыли с учетом всех затрат, а также анализа маржинальности продукта.* *Окупаемость: расчет времени, необходимого для возвращения инвестиций на основе текущих прогнозов прибыли и затрат.* *Методы анализа данных для оформления бизнес-анализа:* *Финансовый анализ с использованием таблиц и графиков для представления выручки, затрат, прибыли и других ключевых показателей.* *Анализ чувствительности для демонстрации того, как изменения в различных экономических параметрах (например, снижение цен или увеличение затрат) могут повлиять на результат.* *Включение анализов эффективности и ROI для оценки доходности инвестиций.* *Применение SWOT-анализа для оценки сильных и слабых сторон продукта и возможных угроз на рынке.*
18	*Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме* **На какое мероприятие ориентированы тактические планы сельскохозяйственных предприятий?**
	Правильный ответ: Тактические планы ориентированы на те мероприятия, с помощью которых выпускается продукция, оказываются услуги и они поступают на существующий рынок. Эти планы подкрепляются планами для каждой функциональной зоны и связаны со стратегическим планом
19	*Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме* **На какие вопросы дает ответы план развития организации?**
	Правильный ответ: С позиций стратегического планирования важнейшим содержанием плана развития организации являются перспективы совершенствования производства, переход к выпуску новой продукции, новой технологии. *Он даёт ответ на вопросы:* *Какой ожидается спрос на продукцию и услуги организации?* *Какие условия необходимо создать внутри организации, чтобы обеспечить создание новых видов продукции и выявление новых рынков сбыта?* *Какие имеются ресурсы для создания новых видов продукции и услуг?*
20	*Прочитайте текст и дайте развернутый ответ в свободной форме* **При разработке каких планов является ориентиром план развития организации?**
	Правильный ответ: План развития организации служит для разработки мер по обеспечению режима экономии, повышения производительности труда, рентабельности производства, снижения издержек и является ориентиром при разработке планов: *План диверсификации, который характеризует состояние новых видов продукции, услуг и рынков.* *Ликвидационного плана-от чего организация должна освободиться (от продуктов, услуг, структурных подразделений)* *Плана научно-исследовательских работ (НИР), в которых отражены мероприятия по разработке новых товаров с учетом существующего спроса.*

Образец оформления экзаменационного билета

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«ДОНБАССКАЯ АГРАРНАЯ АКАДЕМИЯ»

Факультет Экономико-правовой
Кафедра Экономики

Образовательная программа магистратура
Направление подготовки/специальность 38.04.01 Экономика
Профиль/специализация Экономика и управление АПК
Курс 1
Семестр 1

Учебная дисциплина **Конкурентоспособность предприятий АПК**

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Конкуренция: понятие и виды.
2. Методы анализа конкурентных преимуществ – GAP анализ.
3. Пути повышения качества продукции и ее конкурентоспособности.

Утверждено на заседании кафедры экономики
Протокол № ___ от «___» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой _____ _____ Экзаменатор _____ _____
подпись подпись