

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

КАФЕДРА

ЭКОНОМИКИ



О.А. Удалых

«17» апреля 2025 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: 2025

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)

  
(подпись)

Л.М. Тарасенко  
(ИОФ)

(подпись)

(ИОФ)

(подпись)

(ИОФ)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании ПМК кафедры экономики, протокол №9 от «08» апреля 2025 года.

Председатель ПМК

  
(подпись)

И.Н. Святенко  
(ИОФ)

Фонд оценочных средств утвержден на заседании кафедры экономики, протокол №9 от «08» апреля 2025 года.

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

В.И. Веретенников  
(ИОФ)

## Раздел 1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Конкурентоспособность предприятий АПК»

### 1.1. Основные сведения о дисциплине

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

### 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<br>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 | <b>Знание:</b> принципов структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла<br><b>Умение:</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла<br><b>Навык:</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла |

**1.3. Перечень тем дисциплины**

| <b>Шифр<br/>темы</b>          | <b>Название темы</b>                                                             | <b>Кол-во<br/>часов</b> |         |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|
|                               |                                                                                  | 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

| <i>Шифр компетенции по ФГОС ВО</i> | <i>Шифр темы</i> |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------------------|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                    | T1.1             | T1.2 | T1.3 | T1.4 | T1.5 | T2.1 | T2.2 | T2.3 | T2.4 | T2.5 |
| ПК-1.1                             | +                | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    | +    |

## 1.5. Соответствие тем дисциплины и контрольно-измерительных материалов

| №<br>ТЕМЫ | <b>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ, КАТЕГОРИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ, ВИДЫ ЗАДАНИЙ</b> |                                          |                                                |                                       |                                                       |                |                              |                                     |
|-----------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------|------------------------------|-------------------------------------|
|           | <i>Тестовые задания по теоретическому материалу</i>                  | <i>Вопросы для устного собеседования</i> | <i>Типовые задания практического характера</i> | <i>Задания для контрольной работы</i> | <i>Индивидуальные работы для домашнего выполнения</i> | <i>Реферат</i> | <i>Курсовая работа</i>       | <i>Групповое творческое задание</i> |
|           | <b>Блок А<br/>ЗНАНИЕ-ПОНИМАНИЕ</b>                                   |                                          | <b>Блок Б<br/>УМЕНИЕ-ПРИМЕНЕНИЕ</b>            |                                       |                                                       |                | <b>Блок В<br/>ТВОРЧЕСТВО</b> |                                     |
| 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 обучения по дисциплине                                                                                                                                             | Критерии и показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                        |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | не удовлетворительно                                                                                                                                                         | удовлетворительно                                                                                                                                                        | хорошо                                                                                                                                                                             | отлично                                                                                                                                                     |
| <b>I этап</b><br><b>Знать</b> принципы структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла<br><b>(ПК-1 / ПК-1.1)</b>                  | <b>Фрагментарные знания</b> о принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла<br><b>/ Отсутствие знаний</b>             | <b>Неполные знания</b> о принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла                                            | <b>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</b> о принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла               | <b>Сформированные и систематические знания</b> о принципах структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла       |
| <b>II этап</b><br><b>Уметь</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла<br><b>(ПК-1 / ОПК-1.1)</b> | <b>Фрагментарное умение</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла<br><b>/ Отсутствие умений</b> | <b>В целом успешное, но не систематическое умение</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла | <b>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла | <b>Успешное и систематическое умение</b> определять содержание и последовательность реализации операций инвестиционного проекта по стадиям жизненного цикла |
| <b>III этап</b><br><b>Владеть навыками</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла<br><b>(ПК-1 / ПК-1.1)</b>              | <b>Фрагментарное применение навыков</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла<br><b>/ Отсутствие навыков</b>            | <b>В целом успешное, но не систематическое применение навыков</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла             | <b>В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыков</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям жизненного цикла     | <b>Успешное и систематическое применение навыков</b> структурирования инвестиционного проекта на отдельные операции по стадиям 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. Минтцбергом

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

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 неопределенного 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 обуславливаются 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 мультилокальной (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) пациентна 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. Высокая 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<br>в<br>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<br>в<br>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           | Объем производства, тонн | Объем 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  $CR_k = 45-70$  % и высококонцентрированным при  $CR_k > 70$  %.

Трехдольный  $CR_k = 0,23 + 0,17 + 0,14 = 0,54$

Четырехдольный  $CR_k = 0,23 + 0,17 + 0,14 + 0,13 = 0,65$

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%         |
| ВопАqua         | 7%         |
| Святой Источник | 4%         |
| Peggie          | 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  $K_{общ}$  магазинов;
- из них  $K_n$  магазинов участвуют в панельных исследованиях;
- запас продукции различных марок на складах этих магазинов составил: на 1 января 2020 -  $B^c$  ед.; на 1 марта 2020 -  $B^k$  ед.;
- в январе 2020 ими было закуплено  $\Pi_1$  продукции различных марок, в феврале -  $\Pi_2$  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.            | <b>К<sub>общ</sub></b> | 1085     | 1554 | 1658 | 1589 | 1456 | 1254 | 1365 | 1258 | 1478 | 1569 |
| Количество фирм в панели              | <b>К<sub>п</sub></b>   | 425      | 456  | 452  | 458  | 455  | 456  | 478  | 469  | 425  | 458  |
| Остатки продукции - на начало периода | <b>О<sub>н</sub></b>   | 1897     | 1458 | 1458 | 1589 | 1478 | 1698 | 1589 | 1236 | 1478 | 1236 |
| - на конец периода                    | <b>В<sub>к</sub></b>   | 458      | 459  | 785  | 756  | 752  | 750  | 458  | 452  | 489  | 563  |
| Объем продаж: - Январь, ед.           | <b>П<sub>1</sub></b>   | 7896     | 7820 | 7960 | 7852 | 4582 | 7863 | 4589 | 4569 | 5896 | 5698 |
| - Февраль, ед.                        | <b>П<sub>2</sub></b>   | 5698     | 4589 | 4785 | 4526 | 2365 | 4879 | 7896 | 4523 | 4598 | 7852 |
| Период анализа, мес.                  | <b>t</b>               | 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 четвертой 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):  $СП_i = \max(10,5; 9,5; 10,3) = 10,5$ . 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    | А   | В   | С   |
| 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    | А   | В   | С   |
| 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.<br>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**

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

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                               |                                |                                                                                   |   |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---|
|   | <b>Правильный ответ:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3                             | 2                              | 5                                                                                 | 4 |
| 4 | <b>Прочитайте текст и установите соответствие</b><br><b>Для составления стратегического плана установите соответствие между видами стратегического анализа и их целями:</b>                                                                                                                              |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Виды анализа</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               | <b>Цели</b>                    |                                                                                   |   |
|   | 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.                             |   |
|   | <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.</i><br><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</i>                                                                                                                                  |                               |                                |                                                                                   |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1                             | 2                              | 3                                                                                 | 4 |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Правильный ответ:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                                |                                                                                   |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1                             | 2                              | 3                                                                                 | 4 |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | В                             | А                              | Б                                                                                 | Г |
| 5 | <b>Прочитайте текст и установите соответствие</b><br><b>Реализацию стратегии развития предприятия обеспечивает система планов. Установите соответствие планов организации и на какой срок они разрабатываются</b>                                                                                        |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Планы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               | <b>Сроки разработки планов</b> |                                                                                   |   |
|   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Стратегические планы          | А                              | 5 – 10 лет                                                                        |   |
|   | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Планы развития организации    | Б                              | До 1 года                                                                         |   |
|   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Тактические планы             | В                              | 1 – 5 лет                                                                         |   |
|   | <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.</i><br><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</i>                                                                                                                                  |                               |                                |                                                                                   |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1                             | 2                              | 3                                                                                 |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Правильный ответ:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                                |                                                                                   |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1                             | 2                              | 3                                                                                 |   |
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | А                             | В                              | Б                                                                                 |   |
|   | <b>Задания открытого типа</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |                               |                                |                                                                                   |   |
| 6 | <b>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту падеже:</b><br><b>Результатом функционирования системы стратегического планирования является совокупность взаимосвязанных _____ документов, в которых отражены принятые стратегические решения и распределение ресурсов.</b> |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Правильный ответ:</b> <i>плановых</i>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                                |                                                                                   |   |
| 7 | <b>Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту падеже.</b><br><b>_____ предприятия призванных реализовывать стратегию, должна постоянно адаптироваться к меняющимся условиям внешней среды..</b>                                                          |                               |                                |                                                                                   |   |
|   | <b>Правильный ответ:</b> <i>система планов</i>                                                                                                                                                                                                                                                           |                               |                                |                                                                                   |   |
| 8 | <b>Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем</b>                                                                                                                                                                                                                  |                               |                                |                                                                                   |   |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>контексту надежде.</p> <p>_____ является вершиной системы планов, потому что характеризует основное назначение сельскохозяйственной организации, её цели и стратегии.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|    | <p><i>Правильный ответ: стратегический план</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9  | <p>Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту надежде</p> <p>_____ организации разрабатывается на срок от 1 года до 5 лет.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|    | <p><i>Правильный ответ: план развития</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 10 | <p>Дополните предложение словосочетанием из двух недостающих слов в соответствующем контексту надежде.</p> <p>Главным содержанием _____ является стратегия на обозримое будущее – 3-5 лет и более, он служит ориентиром для всех других планов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|    | <p><i>Правильный ответ: стратегического плана</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 11 | <p>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.</p> <p>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?</p> <p>А. Чистая прибыль.<br/> Б. Коэффициент ликвидности.<br/> В. Рентабельность продаж.<br/> Г. Долгосрочная задолженность.<br/> Д. Срок окупаемости инвестиций.</p> |
|    | <p><i>Правильный ответ: Б</i><br/> <b>Обоснование:</b> 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.</p>                                                                                                                                                                                                                                |
| 12 | <p>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.</p> <p>Агропромышленная компания имеет несколько бизнес-единиц, одна из которых приносит убытки, но имеет высокий потенциал роста. Какое решение наиболее рационально?</p> <p>Закрыть убыточную бизнес-единицу.<br/> Инвестировать в развитие убыточной бизнес-единицы.<br/> Перераспределить ресурсы в пользу прибыльных бизнес-единиц.<br/> Продать убыточную бизнес-единицу</p>                                                                                                           |
|    | <p><i>Правильный ответ: 2. Инвестировать в развитие убыточной бизнес-единицы.</i><br/> <b>Обоснование:</b> 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.</p>                                                                                                                                          |
| 13 | <p>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и обоснуйте его.</p> <p>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 _____.</p> <p>1. валовый объем производства<br/> 2. операционный рычаг<br/> 3. точка безубыточности<br/> 4. валовый объем реализации</p>                                                                                                                                |
|    | <p><i>Правильный ответ: 3</i><br/> <b>Обоснование:</b> Правильный вариант – точка безубыточности, так как под точкой безубыточности понимается такой момент, когда предприятие полностью покрывает убытки и деятельность компании начнет приносить реальную прибыль. Точка безубыточности - объем продаж, при котором прибыль компании равна нулю. Данный</p>                                                                                                                                                                                                         |

|                     | <i>показатель точки безубыточности позволяет определить, сколько продукции надо реализовать, какой объем работ выполнить, или услуг оказать, чтобы прибыль компании была бы равной нулю.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|---------------------|---|----------------|---|---|----|----------------|----|----------------------------------------------------------------------------------|---|----|---------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----|--------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|--|----|----------------|----|---------------------------------------------------------------------|--|----|------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---|---|---|---|---|--|--|--|--|--|
| 14                  | <p><i>Прочитайте текст и установите соответствие.</i></p> <p><b>При разработке бизнес-плана необходимо управлять ключевыми экономическими показателями, чтобы обеспечить эффективное планирование. Установите соответствие между ключевыми показателями и их характеристиками:</b></p> <table><tr><th colspan="2">Ключевой показатель</th><th colspan="3">Характеристика</th></tr><tr><td>А.</td><td>Чистая прибыль</td><td>1.</td><td colspan="2">Отношение прибыли к общей сумме инвестиций, показывающее эффективность вложений.</td></tr><tr><td>Б.</td><td>Рентабельность инвестиций</td><td>2.</td><td colspan="2">Соотношение операционной прибыли компании к ее выручке, показывающее эффективность основной деятельности.</td></tr><tr><td>В.</td><td>Операционная маржа</td><td>3.</td><td colspan="2">Период времени, необходимый для возмещения первоначальных инвестиций и выхода на прибыль.</td></tr><tr><td>Г.</td><td>Денежный поток</td><td>4.</td><td colspan="2">Разница между доходами и расходами компании за определенный период.</td></tr><tr><td>Д.</td><td>Срок окупаемости</td><td>5.</td><td colspan="2">Общая сумма денежных средств, поступающих и выводимых из компании, что показывает ликвидность бизнеса.</td></tr></table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</i></p> <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td><td>Д</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> |                |                                                                                                           |   |  | 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. |  | А | Б | В | Г | Д |  |  |  |  |  |
| 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.    |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| А                   | Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | В              | Г                                                                                                         | Д |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                     | <p><i>Правильный ответ:</i></p> <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td><td>Д</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>2</td><td>5</td><td>3</td></tr></table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                |                                                                                                           |   |  | А                   | Б | В              | Г | Д | 4  | 1              | 2  | 5                                                                                | 3 |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| А                   | Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | В              | Г                                                                                                         | Д |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 4                   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2              | 5                                                                                                         | 3 |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 15                  | <p><i>Прочитайте текст и установите последовательность:</i></p> <p><b>В процессе разработки стратегических альтернатив и стратегического выбора осуществляется следующая последовательность действий:</b></p> <p><b>1-разрабатывается как можно большее число возможных стратегических альтернатив.</b></p> <p><b>2-стратегические варианты дорабатываются, уточняются с точки зрения развития ситуации во внешней среде, возможных изменений внутренней среды организации.</b></p> <p><b>3-производится оценка предлагаемых к рассмотрению стратегических альтернатив с точки зрения достижения миссии, стратегических целей; анализируются альтернативы в рамках общей выбранной</b></p> <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                     | <p><i>Правильный ответ: 1– 2 - 3</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 16                  | <p><i>Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов формирования портфельной стратегии:</i></p> <p><b>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:</b></p> <p><b>1-уяснение текущей стратегии, на основе оценки внешних и внутренних факторов</b></p> <p><b>2-выбор стратегии фирмы на основе ключевых факторов</b></p> <p><b>3-анализ портфеля продукции исходя из матрицы БКГ</b></p> <p><b>4-оценка выбранной</b></p> <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                     | <p><i>Правильный ответ: 1 – 3 – 2 - 4</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |                                                                                                           |   |  |                     |   |                |   |   |    |                |    |                                                                                  |   |    |                           |    |                                                                                                           |  |    |                    |    |                                                                                           |  |    |                |    |                                                                     |  |    |                  |    |                                                                                                        |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |  |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 17 | <p>Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме</p> <p><b>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.</b></p> <p><b>Как вы организуете управление ключевыми экономическими показателями при разработке бизнес-плана для нового продукта?</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|    | <p>Правильный ответ: Управление ключевыми экономическими показателями будет включать:</p> <p>Прогноз выручки: оценка предполагаемых продаж на основе анализа целевой аудитории, конкурентного рынка и рыночной тенденции.</p> <p>Прогнозирование затрат: анализ всех затрат, связанных с производством и продвижением нового продукта (например, затраты на рекламу, логистику, производство).</p> <p>Прибыльность: расчет прибыли с учетом всех затрат, а также анализа маржинальности продукта.</p> <p>Окупаемость: расчет времени, необходимого для возвращения инвестиций на основе текущих прогнозов прибыли и затрат.</p> <p>Методы анализа данных для оформления бизнес-анализа:</p> <p>Финансовый анализ с использованием таблиц и графиков для представления выручки, затрат, прибыли и других ключевых показателей.</p> <p>Анализ чувствительности для демонстрации того, как изменения в различных экономических параметрах (например, снижение цен или увеличение затрат) могут повлиять на результат.</p> <p>Включение анализов эффективности и ROI для оценки доходности инвестиций.</p> <p>Применение SWOT-анализа для оценки сильных и слабых сторон продукта и возможных угроз на рынке.</p> |
| 18 | <p>Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме</p> <p><b>На какое мероприятие ориентированы тактические планы сельскохозяйственных предприятий?</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|    | <p>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</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 19 | <p>Прочитайте текст, дайте развернутый ответ в свободной форме</p> <p><b>На какие вопросы дает ответы план развития организации?</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|    | <p>Правильный ответ: С позиций стратегического планирования важнейшим содержанием плана развития организации являются перспективы совершенствования производства, переход к выпуску новой продукции, новой технологии.</p> <p>Он даёт ответ на вопросы:</p> <p>Какой ожидается спрос на продукцию и услуги организации?</p> <p>Какие условия необходимо создать внутри организации, чтобы обеспечить создание новых видов продукции и выявление новых рынков сбыта?</p> <p>Какие имеются ресурсы для создания новых видов продукции и услуг?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 20 | <p>Прочитайте текст и дайте развернутый ответ в свободной форме</p> <p><b>При разработке каких планов является ориентиром план развития организации?</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|    | <p>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:</p> <p>План диверсификации, который характеризует состояние новых видов продукции, услуг и рынков.</p> <p>Ликвидационного плана-от чего организация должна освободиться (от продуктов, услуг, структурных подразделений)</p> <p>Плана научно-исследовательских работ (НИР), в которых отражены мероприятия по разработке новых товаров с учетом существующего спроса.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## 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 38.04.01 Экономика  
подготовки/специальность \_\_\_\_\_

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 \_\_\_\_\_  
подпись

Экзаменатор \_\_\_\_\_  
подпись