

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 13.01.2026 14:52:28  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 4*  
к образовательной программе

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для текущего контроля успеваемости и  
промежуточной аттестации обучающихся**

### **ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **Б1.В.10. Управление конкурентоспособностью малого бизнеса**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Управление малым бизнесом

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) ФОС:**

*Дедяева Л.М., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента  
непроизводственной сферы*

**РАЗДЕЛ 1.**  
**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью малого**  
**бизнеса»**

**1.1. Основные сведения о дисциплине (модулю)**

Таблица 1.1

Характеристика дисциплины (модуля)  
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Управление малым бизнесом»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Формируемая участниками образовательных отношений (Б1.В.10)
Формы контроля	Устный, письменный опрос, индивидуальные задания, доклады (сообщения), рефераты, тестовые задания
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	3
<b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b>	108
<b>Аудиторная работа:</b>	74
Лекционные занятия	36
Семинарские занятия	36
Консультация	2
<b>Самостоятельная работа</b>	34
<b>Контроль</b>	-
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Зачет с оценкой

**1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Таблица 1.2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-9	ПК-9.1 Выявляет и проводит оценку новых рыночных возможностей, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов	<b>Знать:</b> 1 методы оценки новых рыночных возможностей	ПК-9.1 З-1
		2 процесс разработки бизнес-идеи	ПК-9.1 З-2
		3 методику составления бизнес-планов	ПК-9.1 З-3
		<b>Уметь:</b> 1. выявлять новые возможности рыночных отношений	ПК-9.1 У-1
		2 формулировать бизнес-идею и разрабатывать бизнес-план	ПК-9.1 У-2
		3 проводить оценку новых рыночных возможностей и разрабатывать предложения по составлению бизнес-плана	ПК-9.1 У-3
		<b>Владеть:</b> 1 навыками проведения оценки новых рыночных возможностей	ПК-9.1 В-1
		2 навыками формулирования бизнес-идеи	ПК-9.1 В-2
		3 навыками разработки предложений по составлению бизнес-плана	ПК-9.1 В-3
ПК-6	ПК-6.7 Проводит оценку эффективности проектов развития при различных условиях инвестирования и финансирования	<b>Знать:</b> 1. методы оценки эффективности проектов развития	ПК-6.7 З-1
		2 условия инвестирования	ПК-6.7 З-2
		3 условия финансирования	ПК-6.7 З-3
		<b>Уметь:</b> 1. проводить оценку эффективности проектов	ПК-6.7 У-1
		2 анализировать условия инвестирования и	ПК-6.7 У-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		финансирования 3 проводить оценку эффективности проектов развития при различных условиях инвестирования и финансирования	ПК-6.7 У-3
		<b>Владеть:</b> 1.навыками проведения оценки эффективности проекта	ПК-6.7 В-1
		2 методами анализа условия для инвестирования и финансирования	ПК-6.7 В-2
		3 способностью проводить оценку эффективности проектов развития при различных условиях инвестирования и финансирования	ПК-6.7 В-3
ПК-3	ПК-3.2 Применяет методы и принципы процессного управления, управления бизнес-процессами, системного анализа, а также методы повышения их эффективности	<b>Знать:</b> 1.принципы процессного управления;	ПК-3.2 3-1
		2 принципы управления бизнес-процессами;	ПК-3.2 3-2
		3 принципы системного анализа.	ПК-3.2 3-3
		<b>Уметь:</b> 1.применять методы процессного управления;	ПК-3.2 У-1
		2 применять методы управления бизнес-процессами;	ПК-3.2 У-2
		3 применять методы системного анализа.	ПК-3.2 У-3
		<b>Владеть:</b> 1.инструментами процессного управления;	ПК-3.2 В-1
		2 инструментами управления бизнес-процессами;	ПК-3.2 В-2
		3 инструментами методы системного анализа.	ПК-3.2 В-3

Таблица 1.3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>				
1.	Тема 1.1	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, доклад
	Теоретические основы управления конкурентоспособнос тью			
2.	Тема 1.2 Оценка конкурентоспособ ности товара	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, доклад е)
3.	Тема 1.3 Оценка конкурентоспособност и предприятия	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, Доклад Контроль по разделу 1
<b>РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>				
4.	Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособнос тью организации	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение,
5.	Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение,
6.	Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособно сти	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, доклад
7.	Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, Доклад Контроль по разделу 2
<b>РАЗДЕЛ 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>				

8	Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, Доклад
9	Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, Доклад
10	Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности	5	ПК-9.1; ПК-6.7, ПК-3.2	Устный/ письменный опрос, сообщение, Доклад Контроль по разделу 3

## РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) «УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Таблица 2.1

Распределение баллов по видам учебной деятельности  
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания					
	СЗ	Всего за тему	КЗР	Д (СР)	Р (ИЗ)	НС
	УО					
Р.1.Т.1.1	4	4	10	3	10	10
Р.1.Т.1.2	4	4				
Р.1.Т.1.3	4	4				
Р.2.Т.2.1	4	4	10	4		
Р.2.Т.2.2	4	4				
Р.2.Т.2.3	4	4				
Р.2 Т.2.4	4	4				
Р.3.Т.3.1	4	4	10	3		
Р.3.Т.3.2	4	4				
Р.3.Т.3.3	4	4				
Итого: 100б	40	40	30	10	10	10

УО – устный опрос, Д – доклад (сообщение); СЗ – семинарское занятие, СР – самостоятельная работа, КЗР – контроль знаний по Разделу; Р – реферат, ИЗ – индивидуальное задание НС – научная составляющая.

### 2.1 Оценивание устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос повышенным заданием предыдущей темы.

Критерии оценки:

**4 балла (отлично)** ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

**3 балла (хорошо)** – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

**2 балла (удовлетворительно)** – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

**1 балл (неудовлетворительно)** – ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

#### ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</i>	<i>Вопросы для подготовки к устному опросу по темам дисциплины</i>
<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
Тема 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью	Сущность понятия конкурентоспособности Уровни конкурентоспособности предприятий Рейтинг конкурентоспособности России Конкурентоспособность российских товаров
Тема 1.2. Оценка конкурентоспособности товара	Понятие конкурентного преимущества Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия
Тема 1.3. Оценка конкурентоспособности предприятия	Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
<b>РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
Тема 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации	Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации Этапы управления конкурентоспособностью организации



Тема 2.2. Управление конкурентными преимуществами	Понятие конкурентного преимущества Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия
Тема 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности	Структура анализа деятельности конкурентов Анализ рыночной доли конкурентов Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности
Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности	Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия
<b>РАЗДЕЛ 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации	Современные модели конкуренции Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли Природа и источники конкурентных преимуществ Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию
3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках	Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях .
3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности	Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска Стратегии управления конкурентоспособностью организации. Наступательные и оборонительные стратегии

### 2.1. Оценивание самостоятельной работы обучающихся

Одной из форм самостоятельной работы является подготовка студентом докладов, сообщений или презентаций (по каждому из трех разделов, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины), согласно перечню предложенных тем.

#### Оценивание самостоятельной работы обучающихся (докладов, сообщений, презентаций)

Максимальное количество баллов	Критерии
3	Доклад содержит полную информацию по представляемой теме, основанную на обязательных литературных источниках и современных публикациях; выступление сопровождается качественным демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории; точно укладывается в рамки регламента (7 минут).

2	Представленная тема раскрыта, однако доклад содержит неполную информацию по представляемой теме; выступление сопровождается демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий ясно и грамотно излагает материал; аргументировано отвечает на вопросы и замечания аудитории, однако выступающим допущены незначительные ошибки в изложении материала и ответах на вопросы.
1	Обучающийся демонстрирует поверхностные знания по выбранной теме, имеет затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса; отсутствует сопроводительный демонстрационный материал.
0	Доклад не подготовлен либо имеет существенные пробелы по представленной тематике, основан на недостоверной информации, выступающим допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

### **ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

#### **ТЕМА 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью**

- 1.1 Сущность понятия конкурентоспособности
- 1.2 Уровни конкурентоспособности предприятий
- 1.3 Рейтинг конкурентоспособности России
- 1.4 Конкурентоспособность российских товаров

#### **ТЕМА 1.2. Оценка конкурентоспособности товара**

- 2.1 Понятие и сущность конкурентоспособности товара
- 2.2 Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара
- 2.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара

#### **ТЕМА 1.3. Оценка конкурентоспособности предприятия**

- 3.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия
- 3.2 Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
- 3.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

#### **ТЕМА 2.1. Механизм управления**

##### **конкурентоспособностью организации**

- 4.1 Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации

#### **ТЕМА 2.2. Управление конкурентными преимуществами**

- 5.1 Понятие конкурентного преимущества
- 5.2 Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов
- 5.3 Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия

#### **ТЕМА 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности**

- 6.1 Структура анализа деятельности конкурентов
- 6.2 Анализ рыночной доли конкурентов
- 6.3 Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности

#### **ТЕМА 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности**

- 7.1 Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия
- 7.2 Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия

**ТЕМА 3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации**

8.1. Современные модели конкуренции

8.2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли

8.3. Природа и источники конкурентных преимуществ

8.4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

**ТЕМА 3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках**

9.1. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках

9.2. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях

9.3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях

**ТЕМА 3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности**

10.1. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации

10.2. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска

10.3. Стратегии управления конкурентоспособностью организации.

Наступательные и оборонительные стратегии

**2.3. Оценивание результатов тестовых заданий обучающихся**

В завершении изучения каждого раздела учебной дисциплины проводится тестирование.

*Критерии оценивания.* Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Баллы выставляются следующим образом: правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ, – 1 балл.

Оценивание результатов тестирования обучающихся по разделам дисциплины

<b>Баллы</b>	<b>% правильных ответов</b>	<b>Оценка (государственная)</b>
5	75-100	Отлично
3-4	51-75	Хорошо
1-2	25-50	Удовлетворительно
0	менее 25	Неудовлетворительно

**ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**  
**РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ**  
**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**  
**ВЫБЕРИТЕ ОДИН ВЕРНЫЙ ОТВЕТ**

1. Объектом конкуренции являются:

- А) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- Б) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- В) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- А) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- Б) полезный эффект и цена потребления;
- В) потребительская новизна товара.

3. Фундаментальная рыночная ниша – это:

- А) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
- Б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
- В) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой.

4. Конкурирующие фирмы – это:

- А) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;
- Б) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
- В) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

5. Конкурентоспособность товара - это:

- А) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
- Б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- В) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.
6. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:
- А) запас конкурентоспособности товара;
- Б) потребительская ценность товара;
- В) цена продажи товара;
7. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:
- А) ценовая конкуренция;
- Б) неценовая конкуренция;
- В) недобросовестная конкуренция;
8. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:
- А) небольшое число крупных фирм;
- Б) одна крупная фирма;
- В) небольшое число средних фирм;
9. Конкурентоспособность представляет собой:
- А) рыночное свойство товара, означающее его востребованность на рынке, способность приносить прибыль производителям и торговым предприятиям\*
- Б) лучшая цена на рынке
- В) минимальные издержки на производство товаров
10. Сложившаяся ситуация, в рамках которой производители товаров и услуг находятся в состоянии борьбы за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке- это:
- А) Конкурентная среда
- Б) Конкурентная стратегия
- В) конкурентная организация
11. Совокупность мер по систематическому усовершенствованию продукта, поиску новых каналов его сбыта и улучшения послепродажного сервиса это:
- А) управление конкурентоспособностью предприятия
- Б) стратегия развития компании
- В) стратегическое планирование
- 12) относительный показатель, который характеризует соотношение между достигнутыми или ожидаемыми конечными результатами производственной деятельности, выступающими в виде эффекта, и затратами или ресурсами, необходимыми для его достижения:
- А) эффективность
- Б) конкурентоспособность
- В) ликвидность
- 13) Данный подход определяет стратегическое управление потенциалом промышленных предприятий, который представлен как взаимосвязь между функциями предприятия, связующими процессами и руководством персоналом как особым видом управленческой деятельности:
- А) ситуационный подход
- Б) процессный подход
- В) маркетинговый подход
- 14) С точки зрения данного подхода потенциал конкурентоспособности может быть представлен в виде свойства производственно-экономических систем изменять намеченный режим функционирования в процессе адаптации к воздействию внешней среды с целью сохранения, развития уже имеющихся или создания новых конкурентных преимуществ:
- А) системного подхода
- Б) ситуационного подхода

В) процессного подхода

15) Данный подход к управлению потенциалом конкурентоспособности предполагает учет реакции на различные ситуации, происходящие за рамками действия предприятия и внутри него. В определении ситуации решающую роль играет сбор релевантной информации, ее глубокий анализ:

А) ситуационный подход

Б) процессный подход

В) маркетинговый подход

16) Сущность данного подхода к управлению заключается в ориентации развития производства на активизацию инновационной деятельности, в области базовых наукоемких технологий, являющихся двигателями развития производственной системы. Факторы производства и инвестиции должны быть средствами научно-обоснованной инновационной деятельности, а не ее целью.

А) инновационного подхода

Б) процессного подхода

В) маркетингового подхода

17) В соответствии с данным принципом, совокупный объект обладает качествами, не присущими каждому из составляющих его элементов, рассматриваемых в отдельности, изолированно друг от друга.

А) принцип системности

Б) принцип эмерджентности

В) принцип совокупности

18) Способность, оставаясь цельным и неизменным внутри, сохраняя свой фрактальный стержень нетронутым, уметь быть гибким и ситуационным, уметь быть разным- это:

А) Фрактальность

Б) Плацебо

В) Эмерджентность

19) сравнение деятельности торговой организации и основных конкурентов представляет собой: А) бенчмаркетинг

Б) кроссмаркетинг

В) конкурентоспособность

20) Данный подход базируется на оказании помощи работнику в осознании своих собственных возможностей, способностей на основе применения концепций поведенческих наук. Целью такого подхода является повышение эффективности организации за счет повышения эффективности человеческих ресурсов.

А) ситуационный подход

Б) поведенческий подход

В) маркетинговый подход

## **РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

1. Совокупность внутрисистемных факторов (производственный потенциал), совокупность системных факторов (ресурсный потенциал, включая производственный), совокупность внешне системных факторов (интеграционный потенциал, включающий производственный и ресурсный) –это:

А) конкурентное преимущество предприятия

Б) критические факторы успеха

В) конкурентная организация

2. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

А) темперамент;

Б) умение формулировать личные цели и цели коллектива;

В) умение управлять своими эмоциями;

Г) общительность коммуникабельность.

3. Методику пять «сил конкуренции» предложил автор:

А) М.Портер

Б) Ф.Котлер

В) В. Черчилль

4. На этапе зарождения конкурентного преимущества:

А) фирма определяет его концепцию, способы ее материализации и осуществляет инвестиции в наиболее значимые элементы стратегического потенциала развития фирмы.

Б) деятельность фирмы основана на радикальных преобразованиях, создании системы взаимосвязи с партнерами, поставщиками, смежниками, потребителями, родственными производствами

В) решающим условием сохранения конкурентных преимуществ является обновление технологий, повышение технико-организационного и технологического уровня производства, и развертывание мероприятий по организации инвестиций в новые проекты. На этом этапе происходит еще невидимая борьба между способностями фирмы развить и удержать преимущества и активизацией намерений конкурентов.

5. На этапе ускоренного наращивания конкурентного преимущества:

А) фирма определяет его концепцию, способы ее материализации и осуществляет инвестиции в наиболее значимые элементы стратегического потенциала развития фирмы.

Б) деятельность фирмы основана на радикальных преобразованиях, создании системы взаимосвязи с партнерами, поставщиками, смежниками, потребителями, родственными производствами

В) решающим условием сохранения конкурентных преимуществ является обновление технологий, повышение технико-организационного и технологического уровня производства, и развертывание мероприятий по организации инвестиций в новые проекты. На этом этапе происходит еще невидимая борьба между способностями фирмы развить и удержать преимущества и активизацией намерений конкурентов. связан с поддержанием уровня накопленных конкурентных преимуществ и максимальным использованием результатов.

6. К моделям управления конкурентными преимуществами относят:

А) Пять конкурентных сил Портера

Б) Три конкурентных позиции Голубкова

В) Четыре конкурентных позиции Ф.Котлера

7. Фирма поддерживает свои конкурентные преимущества путём уменьшения затрат и получения большей прибыли от продажи товаров, аналогичных товарам конкурентов - это стратегия:

А) стратегия низких издержек

Б) стратегия дифференциации товара

В) стратегия концентрации

8. Наличие множества отличительных характеристик и большого количества покупателей, которые эти характеристики выделяют; широкая структура спроса и неценовая конкуренция; невозможность быстрого имитирования признаков дифференциации- условия для реализации стратегии:

А) стратегия низких издержек

Б) стратегия дифференциации товара

В) стратегия концентрации

9. Конкурентные преимущества условно разделяются на:

А) микроуровневые, мезоуровневые, макроуровневые, мегауровневые

Б) микроуровневые, мезоуровневые, макроуровневые

В) наноуровневые, мезоуровневые, макроуровневые, мегауровневые

10. Конкурентные преимущества на микроуровне определяются как :

А) конкурентные преимущества, отражающие потребительские характеристики – качество в широком смысле и стоимость продукции

Б) конкурентные преимущества, обеспечивающие устойчивое улучшение показателей эффективности использования

имеющихся производственных ресурсов отраслей и социально-экономического потенциала регионов

В) конкурентные преимущества воплощающие общее состояние хозяйственных систем, их сбалансированность, инвестиционный климат, налоговый режим, тарифно- таможенную политику и т.п.

11. Наиболее эффективная организационно-правовая форма развития крупного бизнеса,

благодаря способности уменьшать инвестиционный риск, аккумулировать капитал в региональном, национальном и глобальном масштабе, привлекать через фондовый рынок новые капиталы в наиболее эффективные сферы деятельности, диверсифицировать производство и осваивать новые рынки, управлять межотраслевыми технологическими процессами и электронными торговыми площадками:

- а) фирма;
- б) корпорация;
- в) предприятие;
- г) нет правильного ответа.

12. Характерная особенность современного корпоративного бизнеса:

- а) быстрое развитие;
- б) подверженность изменениям;
- в) быстрое развитие и подверженность изменениям;
- г) нет правильного ответа.

13. Один из факторов, входящий в организационно-управленческую подсистему:

- а) степень использования средств производства;
- б) эффективность использования средств производства;
- в) политика продвижения персонала;
- г) системы оплаты труда.

14. Подсистема, в которую входит фактор эксклюзивности производимых товаров:

- а) технико-технологическая;
- б) рыночная;
- в) организационно-управленческая;
- г) отраслевая.

15. Принцип, предполагающий корректировку тех или иных показателей системы либо включение в нее дополнительных показателей по мере поступления новых данных об объекте исследования и окружающей его конкурентной среде:

- а) системности;
- б) иерархичности показателей;
- в) непрерывности;
- г) комплексной оценки факторов.

16. Принцип, в котором показатели должны быть ранжированы по их значению – от общих к частным:

- а) информационного обеспечения;
- б) иерархичности показателей;
- в) учета специфики производства;
- г) системности.

17. Основная цель реформы, реализуемой сегодня современными корпоративными предприятиями в России:

- а) построение прозрачного и конкурентного рынка производства;
- б) улучшение экономической эффективности в целом;
- в) обеспечение финансовой устойчивости и высокой конкурентоспособности предприятий;
- г) все ответы верны.

18. Состав требований предъявляемых к конкурентоспособности современной корпорации, их приоритетность зависит от:

- а) вида продукции;
- б) типа её корпоративного потребителя;
- в) вида продукции и типа её корпоративного потребителя;
- г) нет правильного ответа.

19. Показатели стратегической конкурентоспособности корпорации измеряются:

- а) на входе системы;
- б) на выходе системы;
- в) на входе и выходе системы;
- г) нет правильного ответа.

20. Фактическая конкурентоспособность корпорации для организации определяется:

- а) качеством жизни работников;
- б) комплексной безопасностью;
- в) рентабельностью деятельности;
- г) верны а, в.

21. Среди специфических внутренних факторов конкурентоспособности товара является:

- а) качество товара;
- б) цена товара;
- в) затраты на использование товара;
- г) нет правильного ответа.

22. Качество управления можно повысить путем:

- а) анализа действия экономических законов и законов организации;
- б) соблюдения принципов;
- в) применения научных подходов и методов;

г) все ответы верны.

23. Низкое качество управления на всех уровнях иерархии – это:

- а) игнорирование механизмов действия экономических законов и законов организации;
- б) игнорирование научных подходов и принципов;
- в) игнорирование современных методов и моделей управления;
- г) все ответы верны.

24. С точки зрения глобальной конкуренции одним из самых уязвимых звеньев российской экономики на сегодняшний день является:

- а) машиностроительный комплекс;
- б) комплекс предприятий пищевой промышленности;
- в) лесопромышленный комплекс;
- г) энергетический комплекс.

25. Конкурентным преимуществом корпораций российского лесопромышленного комплекса является поддержание:

- а) высокого качества готовой продукции;
- б) сравнительно низких цен на готовую продукцию;
- в) богатой сырьевой базы отрасли;
- г) нет правильного ответа.

### **РАЗДЕЛ 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

1. Объектом конкуренции являются:

- а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- б) издержки производства и сбыта;
- в) полезный эффект и цена потребления;
- г) потребительская новизна товара.

3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция;
- б) прогрессивная вертикальная интеграция;
- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

4. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- а) М. Портер;
- б) А. Литл;



- с) Ф. Котлер;
- д) И. Ансофф.

5. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- а) увеличивают размеры своей фирмы;
- б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
- с) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
- д) ни один ответ не является верным.

6. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

- а) производственным факторам конкурентоспособности;
- б) рыночным факторам конкурентоспособности;
- с) сбытовым факторам конкурентоспособности;
- д) сервисным факторам конкурентоспособности.

7. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

- а) рыночные лидеры;
- б) челенджеры;
- с) нишеры;
- д) последователи.

8. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:

- а) 40%;
- б) 25%;
- с) 20%;
- д) 30%.\*

9. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

- а) темперамент;
- б) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- с) умение управлять своими эмоциями;
- д) общительность коммуникабельность.

10. Фирма – это:

- а) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;
- б) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;
- с) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;
- д) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.\*

11. Фундаментальная рыночная ниша – это:

- а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
- б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
- с) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;
- д) ни один ответ не является верным.

12. Конкурирующие фирмы – это:

- а) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;
- б) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
- с) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.
- д) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

13. Конкурентоспособность товара - это:

- а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
- б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- в) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

14. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- а) запас конкурентоспособности товара;
- б) потребительская ценность товара;
- в) цена продажи товара;
- г) себестоимость товара.

15. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- а) ценовая конкуренция;
- б) неценовая конкуренция;\*
- в) недобросовестная конкуренция;
- г) прямая конкуренция.

16. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

- а) виолентная стратегия;
- б) коммутантная стратегия;
- в) пациентная стратегия;
- г) экплерентная стратегия.

17. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

- а) виолентная стратегия;
- б) коммутантная стратегия;
- в) пациентная стратегия;
- г) экплерентная стратегия.\*

18. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:

- а) «гордые львы»;
- б) «могучие слоны»;\*
- в) «неповоротливые бегемоты»;
- г) «хитрые лисы».

19.. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

- а) небольшое число крупных фирм;\*
- б) одна крупная фирма;
- в) небольшое число средних фирм;
- г) большое число крупных фирм

20. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:

- а) гибкость;
- б) экономия на снижении постоянных издержек;\*
- в) ставка на радикальные нововведения;
- г) дифференциация продукта.

21. Дифференциация продукта – это:

- а) универсальный приём ценовой конкуренции;
- б) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;\*
- в) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства;
- г) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.

22. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения

сверхвысокой прибыли называют:

- a) резервным капиталом;
- b) оборотным капиталом;
- c) венчурным капиталом;\*
- d) внеоборотным капиталом.

23. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:

- a) стратегия поддержки позиций;\*
- b) стратегия интеграции;
- c) стратегия лидерства в нише;
- d) стратегия выхода за пределы ниши.

24. Какие варианты поведения не соответствует фирмам-коммутантам:

- a) деятельность в сферах традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом;
- b) выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов;

- c) выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия;
- d) выпуск товаров массового спроса?

25. Естественная монополия – это:

- a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм;
- b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;\*
- c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей;
- d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт.

26. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:

- a) финансово-промышленными группами;
- b) картелями;
- c) транснациональными корпорациями;
- d) компания.

27. Какой тип фирмы играет решающую роль на первом этапе научно-технического прогресса (изобретение и внедрение новшества):

- a) виоленты;
- b) пациенты;
- c) эксплеренты;
- d) коммутанты.

28. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:

- a) качеством продукции.
- b) уровнем качества продукции;
- c) показателем функциональной пригодности;
- d) показателем совместимости.

29. К сырью и природному топливу не применяются следующие показатели качества товаров:

- a) функциональные;
- b) эргономические;
- c) безопасности;
- d) экологичности.

30. Показатели, характеризующие соответствие изделия типичным размерам и форме человеческого тела и его отдельных частей, называются:

- a) антропометрическими;
- b) физиологическими;
- c) психофизиологическими;
- d) гигиеническими.

#### **2.4. Критерии оценивания индивидуальных заданий (рефератов) обучающихся**

Цель данной работы – осмысление и углубление знаний по данной дисциплине, развитие навыков самостоятельной работы по сбору, систематизации необходимой информации. Являясь одним из видов научно-исследовательской работы студентов, реферат способствует

формированию у студентов аналитического, творческого мышления.

**Показатели и критерии оценки реферата**

<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Критерии</b>
10	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
8	Выставляется обучающемуся если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
5	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
1	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

**ТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ (РЕФЕРАТОВ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

**Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**ТЕМА 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью**

- 1.1 Сущность понятия конкурентоспособности
- 1.2 Уровни конкурентоспособности предприятий
- 1.3 Рейтинг конкурентоспособности России
- 1.4 Конкурентоспособность российских товаров

**ТЕМА 1.2. Оценка конкурентоспособности товара**

- 2.1 Понятие и сущность конкурентоспособности товара
- 2.2 Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара
- 2.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара

**ТЕМА 1.3. Оценка конкурентоспособности предприятия**

- 3.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия
- 3.2 Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
- 3.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

**Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ****ТЕМА 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации**

- 4.1 Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации
- 4.2 Этапы управления конкурентоспособностью организации

**ТЕМА 2.2. Управление конкурентными преимуществами**

- 5.1 Понятие конкурентного преимущества
- 5.2 Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов
- 5.3 Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия

**ТЕМА 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности**

- 6.1 Структура анализа деятельности конкурентов
- 6.2 Анализ рыночной доли конкурентов
- 6.3 Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности

**ТЕМА 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности**

- 7.1 Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия
- 7.2 Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия

**Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ****ТЕМА 3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации**

- 8.1. Современные модели конкуренции
- 8.2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли
- 8.3. Природа и источники конкурентных преимуществ
- 8.4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

**ТЕМА 3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках**

- 9.1. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках
- 9.2. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях
- 9.3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях

**ТЕМА 3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности**

- 10.1. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации
- 10.2. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска
- 10.3. Стратегии управления конкурентоспособностью организации. Наступательные и оборонительные стратегии

**2.6 Оценивание научной составляющей*****Критерии оценивания научной составляющей.***

К общим критериям оценивания научной составляющей (научной статьи, тезисов доклада) относятся следующие: уровень постановки исследовательской проблемы; актуальность и оригинальность темы работы, ее практическая и/или теоретическая значимость; логичность доказательства (рассуждения); корректность в использовании литературных источников; количество проанализированных источников литературы по теме; глубина

исследования; соответствие оформления работы общепринятым требованиям для научных трудов.

### Оценивание научной составляющей

Максимальное количество баллов		Критерии
Научная статья	Тезисы доклада	
10	5	Выставляется обучающемуся, если работа исследовательская, полностью посвящена решению одной научной проблемы, пусть не глобального плана, но сформулированной самостоятельно. Тема малоизученная, практически не имеющая описания, для раскрытия которой требуется самостоятельно делать многие выводы, сопоставляя точки зрения из соседних областей исследования. Цель реализована последовательно, сделаны необходимые выкладки, нет несущественной информации, перегружающей текст ненужными подробностями. Текст содержит все необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда даётся информация принципиального содержания (определения, описания, обобщения, характеристика, мнение, оценка т.д.), при этом автор умело использует чужое мнение при аргументации своей точки зрения, обращаясь к авторитетному источнику. Список литературы охватывает все основные источники по данной теме, доступные обучающемуся. Рассмотрение проблемы строится на достаточно глубоком содержательном уровне. Работа имеет чёткую структуру, обусловленную логикой темы, правильно оформленный список литературы, корректно сделанные ссылки и содержание.
8	4	Выставляется обучающемуся, если работа частично поисковая – в работе есть проблемы, которые имеют частный характер (не отражающие тему в целом, а касающиеся только каких-то её аспектов). Тема с достаточным количеством «белых пятен», либо проблема поставлена достаточно оригинально, вследствие чего тема открывается с неожиданной стороны. В работе либо упущены некоторые важные аргументы, либо есть несущественная информация, перегружающая текст ненужными подробностями, но в целом логика есть. Текст содержит наиболее необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда делается информация принципиального содержания (определения, обобщения, описания, характеристика, мнение, оценка и т.д.). Список литературы имеет несколько источников, но упущены некоторые важные аспекты рассматриваемой проблемы. Рассмотрение проблемы строится на содержательном уровне, но глубина рассмотрения относительна. Работа в общем соответствует требованиям, но имеет некоторые недочёты, либо одно из требований не выполняется.
6	3	Выставляется обучающемуся, если работа в целом репродуктивна, но сделаны неплохие самостоятельные обобщения. Тема изученная, но в ней появились «белые пятна» вследствие новых данных, либо тема

Максимальное количество баллов		Критерии
Научная статья	Тезисы доклада	
		относительно малоизвестная, но проблема «искусственная», не представляющая истинного интереса для науки. В работе можно отметить некоторую логичность в выстраивании информации, но целостности нет. Противоречий нет, но ссылок либо практически нет, либо они делаются редко, далеко не во всех необходимых случаях. Список литературы представлен 1-2 источниками. Работа строится на основе одного серьёзного источника, остальные – популярная литература, используемая как иллюстрация. Работа имеет некую структуру, но нестрогую, требования к оформлению выдержаны частично.
0		Выставляется обучающемуся, если работа репродуктивного характера – присутствует лишь информация из других источников, нет обобщений, нет содержательных выводов. Тема всем известная, изучена подробно, в литературе освещена полно. При этом автор не сумел показать, чем обусловлен его выбор кроме субъективного интереса, связанного с решением личных проблем или любопытством. Работа представляет собой бессистемное изложение того, что известно автору по данной теме. В работе практически нет ссылок на авторов тех или иных точек зрения, которые местами могут противоречить друг другу и использоваться не к месту. Нет списка литературы. Работа поверхностна, иллюстративна, источники в основном имеют популярный характер. Оформление носит абсолютно случайный характер, обусловленный собственной логикой автора.

**ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДОВАННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (НАУЧНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

**Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**ТЕМА 3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации**

8.1. Современные модели конкуренции

8.2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли

8.3. Природа и источники конкурентных преимуществ

8.4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

**ТЕМА 3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках**

9.1. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках

9.2. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях

9.3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях

**ТЕМА 3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности**

10.1. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации

10.2. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска

10.3. Стратегии управления конкурентоспособностью организации.

Наступательные и оборонительные стратегии

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

1. Какие отличия существуют между ключевыми факторами успеха и конкурентными преимуществами предприятия?
2. Какие элементы включает в себя стратегическая карта конкурентоспособности предприятия?
3. Приведите пример формирования критических факторов успеха на существующем предприятии.
4. Перечислите инструменты анализа рыночной доли.
5. Приведите классификацию стратегий конкурентоспособности.
6. Приведите примеры стратегий конкурентоспособности.
7. Каковы особенности инструментария анализа рыночной среды?
8. Что представляет собой понятие конкурентное преимущество
9. Перечислите особенности модели управления конкурентными преимуществами
10. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентных преимуществ предприятия?

### **Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

11. Что включают в себя ключевые компетенции при формировании конкурентных преимуществ товара?
12. В чём заключаются функции управления при формировании конкурентных преимуществ фирмы?
13. Какие решения в области управления конкурентными преимуществами применяются к этапам их жизненного цикла?
14. Выделите стратегии создания и удержания конкурентных преимуществ фирмы.
15. Какие существуют варианты для удержания конкурентных преимуществ предприятия?
16. Изучите определения категории конкурентоспособность предприятия, предложенные разными авторами. В чем сходства и различия?
17. Рассмотрите факторы конкурентоспособности предприятия на конкретном примере.
18. Выделите особенности подходов к оценке конкурентоспособности предприятия.
19. Что представляет понятие конкурентоспособность товара?
20. Перечислите особенности подходов к определению понятия конкурентоспособность товара, предложенные разными авторами.
21. Перечислите факторы конкурентоспособности товара.

### **Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

22. Выделите особенности подходов к оценке конкурентоспособности товаров.
23. Приведите определения конкурентоспособности организации, предложенные разными авторами.



24. Перечислите конкурентные преимущества страны.
25. Какие функции выполняет конкуренция. Приведите примеры.
26. По вашему мнению, какова роль повышения конкурентоспособности предприятия?
27. Что представляет собой рейтинговая оценка конкурентоспособности страны. Перечислите особенности данного подхода.
28. Перечислите особенности конкурентоспособности российских товаров.