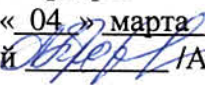


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:02:44
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет
Кафедра государственных закупок, менеджмента и государственного управления

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
протокол от « 04 » марта 2024 г., № 8.
Зав. кафедрой  /А.В. Трофимовская/

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По учебной дисциплине
Управление конкуренцией

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль:
Экономика предприятий и организаций

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная

Мытищи
2024

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
1	2
СПК-2 Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	2	3	4	5	6
СПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основную нормативно-правовую базу экономических показателей; - основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - виды расчетов экономических показателей. Уметь: - проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально-экономических показателей; - анализировать многообразие социально-экономических показателей;	Опрос, тест, доклад, зачет	Шкала Оценивания опроса Шкала Оценивания теста Шкала Оценивания доклада Шкала Оценивания зачета

			Владеть: - основами предлагаемых для расчетов типовых методик; - действующей нормативно-правовой базой используемой для расчетов экономических показателей;		
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основную нормативно-правовую базу экономических показателей; - основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - виды расчетов экономических показателей. Уметь: - проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально-экономических показателей; - анализировать многообразие социально-экономических показателей; Владеть: - основами предлагаемых для расчетов типовых методик; - действующей нормативно-правовой базой используемой для расчетов экономических показателей;	Опрос, тест, доклад, зачет	Шкала Оценивания опроса Шкала Оценивания теста Шкала Оценивания доклада Шкала Оценивания зачета

--	--	--	--	--	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы к зачету:

- 1 Понятие дефиниции конкурентоспособность предприятия, товара, страны, предложенные различными авторами
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности)
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
- 10 Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия
- 11 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 12 Методы оценки конкурентоспособности организации
- 13 Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- 14 Методы оценки конкурентоспособности товара
- 15 Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
- 16 Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
- 17 Система сбалансированных показателей
- 18 Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
- 19 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации
- 20 Раскройте экономическое содержание понятия «конкурентоспособность товара»
21. Какие основные факторы конкурентоспособности товара вам известны?
22. В чем состоит взаимосвязь и взаимообусловленность понятий конкурентоспособности продукции и качества товара?
23. Каковы особенности и виды маркетинговых показателей конкурентоспособности товаров?
24. Какие вы знаете основные методы оценки конкурентоспособности товара?
25. В чем состоит сущность интегрального метода определения конкурентоспособности товара предприятия?
26. Назовите основные экономические показатели конкурентоспособности товара
27. Назовите отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих вопросы конкуренции. О чем говорится в их работах?

28. Какие подходы к понятию конкуренции выделяют? Что такое конкуренция?
29. Назовите формы конкуренции в зависимости от разных критериев.
30. Какая форма конкуренции, ценовая или неценовая, преобладает в России и в развитых странах? Приведите примеры.

Примерная тематика докладов

1. Конкуренция: понятие, значение для рыночной экономики.
2. Классификация и характеристика рынков в зависимости от остроты конкуренции.
3. Методы конкуренции.
4. Формы конкуренции.
5. Понятие и оценка конкурентной борьбы.
6. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
7. Конкурентоспособность товара и услуг: понятие и показатели, ее характеризующие.
8. Взаимосвязь конкурентоспособности товара (услуги) и прибыли организаций.
9. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рынке.
10. Формы недобросовестной конкуренции.
11. Отличие конкурентоспособности и уровня качества товара (услуги).
12. Качество товара (услуги) как основной фактор конкурентоспособности.
13. Конкурентоспособность товара (услуги) как параметры конкурентоспособности.
14. Рыночные факторы конкурентоспособности.
15. Экономические условия конкурентоспособности организации, товара и услуги.
16. Пути повышения конкурентоспособности организации, товаров и услуг.
17. Принципы оценки конкурентоспособности организации.
18. Управление конкурентоспособностью организации на основе выбора стратегий.
19. Источники информации о конкурентах.
20. Методы сбора информации о конкурентах.
21. Особенности метода конкурентной разведки.
22. Этапы текущего конкурентного анализа.
23. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.
24. Формирование конкурентной стратегии организаций отраслей.
25. Функциональное обеспечение реализации конкурентной стратегии.

Примерные вопросы к опросу:

- 1 Понятие дефиниции конкурентоспособность предприятия, товара, страны, предложенные различными авторами
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности)
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
- 10 Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия
- 11 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 12 Методы оценки конкурентоспособности организации
- 13 Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- 14 Методы оценки конкурентоспособности товара
- 15 Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
- 16 Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации

- 17 Система сбалансированных показателей
- 18 Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
- 19 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации
- 20 Раскройте экономическое содержание понятия «конкурентоспособность товара»
21. Какие основные факторы конкурентоспособности товара вам известны?
22. В чем состоит взаимосвязь и взаимообусловленность понятий конкурентоспособности продукции и качества товара?
23. Каковы особенности и виды маркетинговых показателей конкурентоспособности товаров?
24. Какие вы знаете основные методы оценки конкурентоспособности товара?

Тестовые задания

1. Термин «конкуренция» произошел от латинского слова, обозначающего:
 - а) «воевать»;
 - б) «делить»;
 - в) «сталкиваться»;
 - г) «быть первым».
2. Конкурентный рынок – это:
 - а) рынок с жесткой конкуренцией;
 - б) рынок, где представлено два и более продавца;
 - в) свободный рынок без входных барьеров;
 - г) рынок, где отсутствует монополист.
3. Какой из перечисленных критериев входит в классификацию видов конкуренции:
 - а) этичность применяемых методов конкурентной борьбы;
 - б) количество участников конкурентной борьбы;
 - в) степень интенсивности конкуренции;
 - г) прогнозируемость изменений условий конкуренции.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию

дифференциации и стратегию концентрации?

- а) М. Портер
- б) А. Литл;
- в) Ф. Котлер;
- г) И. Ансофф.

8. В переводе с латинского термин «конкуренция» означает

- А) столкновение
- Б) борьба
- В) услуга

9. Цель конкуренции

- А) занять место на рынке
- Б) удовлетворить спрос потребителей
- В) получение прибыли от реализации товаров

10. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:

- а) сильные стороны конкурентов
- б) как нужно отвечать на действия конкурентов
- в) слабые стороны конкурентов

11. Главным элементом на рынке конкуренции является

- А) Реклама
- Б) товар
- В) конкурент

12. Конкурентоспособность товара – это

- А) фальсификация товара
- Б) уровень его потребительских свойств
- В) способ реализации товара

13. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества

- а) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.

14. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведётся за счёт

- а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
- б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
- в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

15. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:

- А) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Основными формами текущего контроля являются опрос, доклад, тест, зачет для очной формы обучения в 5 семестре.

В промежуточную аттестацию включаются как теоретические вопросы, так и практические задания.

Соотношение вида работ и количества баллов в рамках процедуры оценивания

Вид работы	количество баллов
Посещаемость	до 10 баллов
Опрос	до 10 баллов
Доклад	до 30 баллов
Тест	до 30 баллов
Зачет	до 20 баллов

5.4.1. Шкала оценки посещаемости:

посещаемость, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0
в баллах	10	10	9	8	7	4	3	2	0	0	0

5.4.2 Устный опрос оценивается от 0 до 10 баллов. Освоение компетенций зависит от результата устного опроса: 9-10 баллов - компетенции считаются освоенными на высоком уровне (оценка отлично); 6-8 баллов - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо); 3-5 баллов - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно); 0-2 баллов - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	0-2
Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	0-2
Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	0-3
Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-3

5.4.3. Подготовка доклада оценивается по шкале от 0 до 30 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания доклада: 25-30 баллов - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка отлично); 19-24 баллов - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо); 11-18 баллов - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно); 0-10 баллов - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Степень раскрытия темы	0-7
Личный вклад автора	0-4

Структурированность материала	0-3
Ссылки на источники	0-2
Объем и качество используемых источников	0-4
Оформление текста и грамотность речи	0-5
Защита доклада	0-5

5.4.4 Написание теста оценивается по шкале от 0 до 30 баллов.

Написание теста оценивается по шкале от 0 до 30 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания теста: 24-30 баллов (80-100% правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на высоком уровне (оценка отлично); 18-24 баллов (70-75 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо); 9-17 баллов (50-65 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно); 0-8 баллов (менее 50 % правильных ответов) - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

5.4.5 Шкала оценивания зачета

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	15-20
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	9-14
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	5-8
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-5-4

Неудовлетворительной сдачей зачета считается экзаменационная составляющая менее или равная 10 баллам (при максимальном количестве баллов, отведенных на зачет 30). При неудовлетворительной сдаче зачета (менее или равно 10 баллам) или неявке по неуважительной причине на зачет экзаменационная составляющая приравнивается к нулю (0). В этом случае студент в установленном в Университете порядке обязан пересдать зачет.

2.4. При пересдаче зачета используется следующее правило для формирования рейтинговой оценки:

- 1-я пересдача – фактическая рейтинговая оценка, полученная студентом за ответ, минус 10 баллов;
- 2-я пересдача – фактическая рейтинговая оценка, полученная студентом за ответ, минус 20 баллов.

Уровень сформированности компетенций оценивается в соответствии с Таблицей 1.

Таблица 1

№ п/п	ФИО	Сумма баллов, набранных в семестре					ИТОГО 100 баллов
		Посещаемость до 10 баллов	Опрос до 10 баллов	Доклад до 30	Тест 30 баллов	Зачет до 20 баллов	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.							