

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 25.03.2025 10:04:26

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярный государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Конкурентоспособность бизнеса

Уровень образования: магистратура

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н., Доменко Ю.Ю. _____

Доменко Ю.Ю.

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Конкурентоспособность бизнеса для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Конкурентоспособность бизнеса, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
ПК-3 Способен осуществлять руководство проектами разработки, внедрения и корректировки систем HR-менеджмента	ПК-3.3 Способен осуществлять управление проектами с использованием процессов автоматизации

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код результата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
5 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

Контрольные вопросы:

1. Понятие конкурентоспособности
2. Методологические подходы к оценке конкурентоспособности экономики.
3. Инвестиционный климат и административные барьеры развития бизнеса.
4. Глобальный индекс конкурентоспособности: структура, критерии, положение России.
5. Международной конкурентоспособности отраслей с позиции теории сравнительных преимуществ.
6. Международная конкурентоспособность и рыночная власть.
7. Агломерационные эффекты и кластеры предприятий.
8. Методологические подходы к оценке международной конкурентоспособности.
9. Абсолютные и относительные показатели интенсивности торговли. Показатель Баласса.
10. Внешние и внутренние факторы конкурентоспособности фирмы.

11. Конкурентная стратегия.
12. Конкурентный статус предприятия – методы оценки.
13. Размер компании как фактор конкурентоспособности фирмы: неоклассический подход к объяснению.
14. Размер компании как фактор конкурентоспособности фирмы: институциональный подход к объяснению.
15. Гибридные формы организации бизнеса.
16. Дифференциация товара и ассортиментная политика фирмы как фактор конкурентоспособности.
17. Оценка инновационной активности фирмы.
18. Собственность и корпоративное управление как фактор конкурентоспособности.
19. Конкурентное окружение: стратегии взаимодействия компаний на рынке.
20. Барьеры входа на рынок.
21. Вертикальные связи между отраслями. Вертикальные ограничивающие контакты.
22. Ключевые мощности. Требование недискриминационного доступа.
23. Бизнес-практики, противоречащие антимонопольному законодательству:

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Факторы, определяющие конкурентоспособность бизнеса в глобальной экономике.
2. Анализ конкурентных стратегий ведущих мировых компаний.
3. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности бизнеса.
4. Маркетинговые стратегии для повышения конкурентоспособности компании.
5. Влияние технологических изменений на конкурентоспособность бизнеса.
6. Управление качеством как фактор конкурентоспособности.
7. Экологическая устойчивость и конкурентоспособность бизнеса.
8. Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса: особенности и вызовы.
9. Государственная политика и регулирование в контексте конкурентоспособности бизнеса.
10. Аутсорсинг и офшоринг: плюсы и минусы для конкурентоспособности компании.
11. Бренд-менеджмент и его роль в создании конкурентных преимуществ.
12. Цифровая трансформация и ее влияние на конкурентоспособность бизнеса.
13. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность компании.
14. Глобальные цепочки поставок и их влияние на конкурентоспособность бизнеса.
15. Международная экспансия и конкурентные стратегии на зарубежных рынках.
16. Менеджмент знаний и интеллектуального капитала в контексте конкурентоспособности.
17. Алгоритмы и искусственный интеллект в управлении конкурентоспособностью бизнеса.
18. Устойчивость бизнеса в условиях кризиса: уроки пандемии COVID-19.
19. Формирование уникальных торговых предложений (УТП) для повышения конкурентоспособности.
20. Бизнес-моделирование и конкурентоспособность: современные подходы и

1. Что такое конкурентоспособность бизнеса?
 - a) Способность компании получать прибыль
 - b) Способность компании привлекать инвесторов
 - c) Способность компании производить продукцию высокого качества
 - d) Способность компании успешно конкурировать на рынке, предлагая товары или услуги, превосходящие предложения конкурентов+
2. Какие факторы определяют конкурентоспособность бизнеса?
 - a) Качество продукции
 - b) Цена продукции
 - c) Уровень обслуживания клиентов
 - d) Все вышеперечисленные факторы+
3. Какую стратегию конкурентоспособности предложил Майкл Портер?
 - a) Стратегию фокусировки
 - b) Стратегию дифференциации
 - c) Стратегию низких издержек
 - d) Все три стратегии+
4. Что такое SWOT-анализ?
 - a) Метод оценки сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз со стороны внешней среды+
 - b) Метод анализа рыночных тенденций
 - c) Метод оценки эффективности рекламы
 - d) Метод управления персоналом
5. Какой элемент не входит в состав PESTEL-анализа?
 - a) Политический
 - b) Экономический
 - c) Социальный
 - d) Производственный
6. Что такое "голубой океан"?
 - a) Рынок без конкуренции, где компания создает новый спрос+
 - b) Рынок с высокой конкуренцией
 - c) Рынок, ориентированный на экологичные продукты
 - d) Рынок, где доминирует одна крупная компания
7. Что такое "красный океан"?
 - a) Рынок с низкой конкуренцией
 - b) Рынок с высокой конкуренцией, где компании борются за существующие доли рынка+
 - c) Рынок, ориентированный на премиальные продукты
 - d) Рынок, где доминируют малые компании
8. Что такое "барьеры входа"?
 - a) Факторы, затрудняющие вход новых игроков на рынок+
 - b) Факторы, облегчающие выход компаний с рынка
 - c) Факторы, способствующие росту спроса на продукцию
 - d) Факторы, снижающие себестоимость производства
9. Что такое "ценовая война"?
 - a) Ситуация, когда компании снижают цены на свою продукцию в попытке привлечь больше покупателей+
 - b) Ситуация, когда компании повышают цены на свою продукцию
 - c) Ситуация, когда компании вводят новые продукты на рынок
 - d) Ситуация, когда компании объединяются для совместного продвижения продукции
10. Что такое "дифференциация"?
 - a) Процесс выделения компании или продукта среди конкурентов благодаря уникальным характеристикам+

b) Процесс стандартизации продукции

- c) Процесс снижения цен на продукцию
- d) Процесс расширения ассортимента продукции

11. Что такое "экономия на масштабе"?

a) Снижение удельных затрат на единицу продукции при увеличении объемов производства+

b) Увеличение затрат на единицу продукции при уменьшении объемов производства

c) Увеличение доходов при снижении объемов производства

d) Увеличение затрат на единицу продукции при увеличении объемов производства

12. Что такое "инновационное преимущество"?

a) Преимущество, получаемое компанией благодаря внедрению новых технологий и продуктов+

b) Преимущество, получаемое компанией благодаря снижению затрат

c) Преимущество, получаемое компанией благодаря расширению географии продаж

d) Преимущество, получаемое компанией благодаря улучшению качества обслуживания

13. Что такое "маркетинг-микс"?

a) Комплекс маркетинговых инструментов, включающий продукт, цену, место продажи и продвижение+

b) Комплекс рекламных кампаний

c) Комплекс исследований рынка

d) Комплекс мероприятий по улучшению качества продукции

14. Что такое "конкурентное преимущество"?

a) Уникальные характеристики или ресурсы, позволяющие компании превзойти своих конкурентов+

b) Высокий уровень продаж

c) Большое количество клиентов

d) Низкий уровень затрат

15. Что такое "кривая опыта"?

a) Кривая, показывающая снижение затрат на единицу продукции по мере накопления опыта и совершенствования производственного процесса+

b) Кривая, показывающая увеличение затрат на единицу продукции

c) Кривая, показывающая изменение спроса на продукцию

d) Кривая, показывающая изменение цены на сырье

16. Что такое "экологическое преимущество"?

a) Преимущество, получаемое компанией благодаря использованию экологически чистых технологий и материалов+

b) Преимущество, получаемое компанией благодаря локализации производства

c) Преимущество, получаемое компанией благодаря наличию патентов

d) Преимущество, получаемое компанией благодаря сотрудничеству с государственными органами

17. Что такое "стратегия нишевого рынка"?

a) Стратегия, направленная на удовлетворение специфических потребностей узкого сегмента рынка+

b) Стратегия, направленная на массовое производство стандартной продукции

c) Стратегия, направленная на завоевание международного рынка

d) Стратегия, направленная на диверсификацию продукции

18. Что такое "цепочка ценности"?

a) Совокупность действий, выполняемых компанией для создания ценности для конечного потребителя+

- b) Совокупность поставщиков компании
- c) Совокупность каналов сбыта продукции
 - d) Совокупность маркетинговых мероприятий
19. Что такое "диверсификация"?
- a) Расширение ассортимента продукции и услуг компании для снижения риска зависимости от одного вида деятельности+
 - b) Концентрация на производстве одной категории продукции
 - c) Переход на использование более дешевых материалов
 - d) Изменение ценовой политики
20. Что такое "бенчмаркинг"?
- a) Процесс сравнения собственных показателей с показателями лидеров отрасли для выявления областей для улучшений+
 - b) Процесс установления стандартов качества
 - c) Процесс анализа конкурентов
 - d) Процесс разработки новых продуктов
21. Что такое "синергия"?
- a) Эффект, при котором совокупный результат взаимодействия двух или более элементов превышает сумму результатов каждого элемента отдельно+
 - b) Эффект, при котором совокупный результат меньше суммы результатов отдельных элементов
 - c) Эффект, связанный с увеличением затрат
 - d) Эффект, связанный с сокращением сроков производства
22. Что такое "реструктуризация"?
- a) Процесс реорганизации компании с целью повышения ее эффективности и конкурентоспособности+
 - b) Процесс слияния с другой компанией
 - c) Процесс выхода на международный рынок
 - d) Процесс изменения ассортиментной матрицы
23. Что такое "бренд капитал"?
- a) Стоимость бренда компании, отражающая его узнаваемость и лояльность потребителей+
 - b) Сумма активов компании
 - c) Инвестиции в рекламные кампании
 - d) Доходы от лицензионных соглашений
24. Что такое "клиентоориентированность"?
- a) Ориентация компании на удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов+
 - b) Ориентация компании на максимизацию прибыли
 - c) Ориентация компании на минимизацию затрат
 - d) Ориентация компании на расширение ассортимента продукции
25. Что такое "корпоративная социальная ответственность"?
- a) Ответственность компании перед обществом и окружающей средой, проявляющаяся в действиях, направленных на улучшение социальных и экологических условий+
 - b) Ответственность компании перед акционерами
 - c) Ответственность компании перед поставщиками
 - d) Ответственность компании перед государством

Тестовые задания, практическая работа (задачи), итоговое тестирование