

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 25.06.2025 10:55:02

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d49d7c7e1e499659d36409ba78

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

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине**

**Конкурентоспособность российских компаний и отраслей**

Уровень образования: магистратура

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н., Лобанова О.В. \_\_\_\_\_

Лобанова О.В.

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 российских компаний и отраслей для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.04.01 Экономика на основе Рабочей программы дисциплины Конкурентоспособность российских компаний и отраслей, 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-1 Способен анализировать финансовые операции в организации (подразделении) и выявлять факторы, определяющие финансовые показатели	ПК-1.12 Обосновывает применение конкретных методов и моделей разработки финансовой политики, интерпретирует результаты и оценивает их достоверность
ПК-2 Способен осуществлять управление инвестиционными проектами	ПК-2.10 Использует на практике современные модели и механизмы организации управления проектами

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультатаобучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей		Оценочные средства промежуточной	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
<b>2 семестр</b>						

## 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. Теоретические аспекты конкурентоспособности

Понятие и факторы конкурентоспособности: современные подходы.

Методологические основы оценки конкурентоспособности экономики.

Роль инноваций в повышении конкурентоспособности компаний.

Теория сравнительных преимуществ и её значение для международной конкурентоспособности.

Конкурентоспособность как ключевой фактор устойчивого развития экономики.

2. Конкурентоспособность на микроуровне (фирмы, товары)

Оценка конкурентоспособности фирмы: методы и показатели.

Влияние размера компании на её конкурентоспособность.

Дифференциация товара как стратегический инструмент повышения конкурентоспособности.

Роль бренда в формировании конкурентоспособности продукции.

Инновационная активность фирмы: критерии оценки и пути развития.

3. Конкурентоспособность на макроуровне (регионы, страны)

Глобальный индекс конкурентоспособности: анализ положения России.

Конкурентоспособность регионов России: проблемы и перспективы.

Инвестиционный климат как фактор конкурентоспособности страны.

Административные барьеры и их влияние на конкурентоспособность бизнеса.

Роль государства в формировании конкурентоспособности национальной экономики.

4. Международная конкурентоспособность

Международная конкурентоспособность российских компаний: сильные и слабые стороны.

Анализ конкурентоспособности отраслей России на мировом рынке.

Внешнеторговая политика как инструмент повышения конкурентоспособности.

Роль глобальных цепочек добавленной стоимости в конкурентоспособности стран.

#### 5. Конкуренция и рыночные отношения

Конкурентное окружение: стратегии взаимодействия компаний на рынке.

Барьеры входа на рынок и их влияние на конкурентоспособность.

Вертикальные связи между компаниями: преимущества и риски.

Антимонопольное законодательство и его роль в обеспечении конкуренции.

Рыночная власть и её влияние на конкурентоспособность фирм.

#### 6. Кластеры и агломерационные эффекты

Кластеры предприятий как фактор повышения конкурентоспособности регионов.

Примеры успешных кластеров в России и за рубежом.

Агломерационные эффекты и их роль в развитии бизнеса.

Создание условий для развития кластеров в российской экономике.

Сравнительный анализ кластеров в различных отраслях.

#### 7. Управление и корпоративная культура

Корпоративное управление как фактор конкурентоспособности компании.

Роль собственности в формировании конкурентоспособности фирмы.

Управление человеческими ресурсами как ключевой элемент конкурентоспособности.

Влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность компании.

Гибридные формы организации бизнеса: преимущества и недостатки.

#### 8. Конкурентные стратегии

Типы конкурентных стратегий: анализ и примеры реализации.

Лидерство по затратам как стратегия повышения конкурентоспособности.

Дифференциация как стратегия выхода на новые рынки.

Фокусирующие стратегии: особенности применения.

Стратегическое планирование в условиях высокой конкуренции.

#### 9. Специфика российского рынка

Конкурентоспособность российских компаний в условиях санкций.

Роль сырьевого сектора в конкурентоспособности российской экономики.

Проблемы диверсификации экономики России.

Особенности конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в России.

Влияние цифровизации на конкурентоспособность российских компаний.

#### 10. Перспективы и вызовы

Цифровая трансформация и её влияние на конкурентоспособность.

Экологическая устойчивость как фактор конкурентоспособности.

Глобальные тренды и их влияние на конкурентоспособность компаний.

Перспективы повышения конкурентоспособности российской экономики.

Роль образования и науки в формировании конкурентоспособности будущего.

#### 1. Конкуренцию определяют как:

- состоятельность на рынке;
- элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение;
- критерий, по которому устанавливается тип отраслевого рынка (подход основывается на современной теории морфологии рынка);
- все вышеперечисленное верно.

#### 2. Выберите правильный ответ

На объектном уровне конкурентоспособности исследуется конкурентоспособность:

- продукции
- технологии
- фирмы

• региона

3. Выберите правильный ответ

Макроконкурентоспособность представляет собой конкурентоспособность:

- страны
- региона
- отрасли
- фирмы

4. Выберите правильный ответ

По роли факторов в создании конкурентного преимущества выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

• людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура

- основные и развитые факторы
- общие и специализированные факторы
- внешние и внутренние факторы

5. Выберите правильный ответ

В зависимости от уровня развития выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

• людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура

- основные и развитые факторы
- общие и специализированные факторы
- внешние и внутренние факторы

6. Выберите правильный ответ

По степени специализации фактора выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

• людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура

- основные и развитые факторы
- общие и специализированные факторы
- внешние и внутренние факторы

7. Выберите правильный ответ:

К компонентам внешнего окружения системы управления конкурентоспособностью фирмы относятся:

- вход, выход, обратная связь
- управляющая и управляемая подсистемы
- поставщики, потребители, посредники, конкуренты
- экономические, политико-правовые, природные, демографические, социально-культурные факторы

8. Выберите правильный ответ:

В зависимости от способности фирмы оказывать влияние на факторы выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

• людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура

- основные и развитые факторы
- общие и специализированные факторы
- внешние и внутренние факторы

9. На основе представленной характеристики определите тип рынка:

«Рынок состоит из множества покупателей и продавцов, товар дифференцирован, рынок сегментирован, товары продаются в широком диапазоне цен»:

- рынок совершенной конкуренции
- рынок монополистической конкуренции
- рынок олигополии

- рынок чистой монополии

10. Выберите правильный ответ:

«Национальный ромб» М. Портера включает следующие детерминанты:

- параметры факторов
- сила (мощь) поставщиков
- родственные и поддерживающие отрасли
- угроза со стороны товаров-заменителей

11. Выберите правильный ответ:

В общую систему детерминантов «национального ромба» М. Портер включил следующие вспомогательные детерминанты:

- параметры факторов
- роль случая
- родственные и поддерживающие отрасли
- роль правительства

12. Выберите правильный ответ:

Какой метод ценообразования используется для вытеснения конкурентов с рынка за счёт предложения товаров по более низкой цене, чем у конкурентов?

- Ценообразование на основе стоимости
- Демпинговое ценообразование
- Ценообразование на основе спроса

13. Выберите правильный ответ:

Что из указанных ниже является примером стратегического альянса, направленного на усиление неценовой конкуренции?

- Слияние компаний
- Совместное использование технологий
- Повышение цен

14. Выберите правильный ответ:

Какой подход используется для создания долгосрочного преимущества на основе уникальности предложения?

- Лидерство по издержкам
- Лидерство по качеству
- Дифференциация

15. Выберите правильный ответ:

Что из перечисленного наиболее эффективно привлекает клиентов в условиях неценовой конкуренции?

- Высококачественное обслуживание клиентов
- Постоянные электронные письма
- Бонусы за привлечение новых клиентов

16. Выберите правильный ответ:

Какой тип конкуренции фокусируется на маркетинговых аспектах, таких как реклама и продвижение бренда?

- Ценовая конкуренция
- Стратегическая конкуренция
- Маркетинговая конкуренция

17. Выберите правильный ответ:

Что обуславливает использование ценовой стратегии с высоким премиум-ценообразованием?

- Низкие производственные затраты
- Дифференциация продукта
- Замена конкурентов

18. Выберите правильный ответ:

Какой из методов лучше всего подходит для удержания клиентов в сфере услуг?

- Частые скидки

- Персонализация обслуживания

- Увеличение ассортимента

19. Выберите правильный ответ:

В чём заключается суть стратегии лидерства по издержкам?

- Снижение производственных затрат для предложения более низких цен
- Повышение цен ради увеличения прибыли
- Повышение качества продукции

20. Выберите правильный ответ:

Какая стратегия чаще всего используется в условиях высокой конкуренции и низкой лояльности клиентов?

- Ценовые войны
- Развитие бренда
- Новые разработки продукта

21. Выберите правильный ответ:

Какой метод можно применять для различения своего товара от продукта конкурентов?

- Увеличение производства
- Добавление уникальных атрибутов
- Снижение цен

22. Выберите правильный ответ:

Что является ключевым фактором в построении сильной марки?

- Низкие затраты на рекламу
- Последовательное позиционирование бренда
- Частые изменения визуального стиля

23. Выберите правильный ответ:

Какую стратегию наиболее целесообразно использовать для удержания доли рынка в зрелой индустрии?

- Инновации в продукте
- Ценовые скидки
- Увеличение затрат на рекламу

24. Выберите правильный ответ:

Какой подход лучше всего подходит для расширения базы постоянных клиентов?

- Агрессивная ценовая конкуренция
- Увеличение рекламного бюджета
- Введение бонусных программ

25. Выберите правильный ответ:

Каким образом компания может дифференцировать свои услуги на насыщенном рынке?

- Увеличив количество акций
- Предложив уникальные клиентские решения
- Снизив стоимость услуг

26. Выберите правильный ответ:

Что способствует развитию долгосрочных отношений с клиентами в условиях высокой конкуренции?

- Частое изменение ассортимента
- Постоянные крупные скидки
- Стабильность и качество предоставляемых услуг

27. Замените многоточие подходящим по контексту словом:

Замените многоточие подходящим по контексту словом: «...—это совокупность (множество) элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство»

- Ответ

28. Замените многоточие подходящим по контексту словом:

Замените многоточие подходящим по контексту словом: «...—это предел деления экономической системы с точки зрения решения конкретной задачи в рамках поставленной цели»

- Ответ

29. Замените многоточие подходящим по контексту словом:

Замените многоточие подходящим по контексту словом: «...— процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях»

- Ответ

30. верно/неверно

Существует ли причинно-следственная связь между категориями «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества»?

- Верно

- Неверно

31. верно/неверно

Хорошая репутация фирмы относится к конкурентным преимуществам низкого порядка:

- Верно

- Неверно

32. верно/неверно

Конкурентными преимуществами могут быть факторы внешней среды фирмы:

- Верно

- Неверно

Тестовые задания, практическая работа (задачи), итоговое тестирование