

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 08.04.2025 14:38:53

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d45d7e7e1e499659da8109ba78

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

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Управление конкурентоспособностью

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Производственный менеджмент

Уровень образования: бакалавриат

Разработчик ФОС:

к.э.н., доцент Доменко Юрий Юрьевич _____ Ю.Ю. Доменко

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

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

Фонд оценочных средств по дисциплине Управление конкурентоспособностью для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Управление конкурентоспособностью, утвержденной решением ученого совета от 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
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	

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

5 семестр

Список контрольных вопросов к зачету

1. Перечислите известные вам подходы к определению сущности конкуренции.
2. Перечислите известные вам виды конкуренции.
3. Проведите сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.
4. Обоснуйте научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
5. Опишите модель «национального ромба» М. Портера.

6. Проанализируйте стадии формирования конкурентных преимуществ

7. На основе, каких показателей определяется национальная конкурентоспособность?

8. Какие показатели позволяют оценить конкурентоспособность отрасли?

9. Какова роль инноваций в повышении конкурентоспособности отраслей?

10. В чем отличие каждой из четырех стратегий обеспечения конкурентоспособности организации?

11. Каким образом факторы макросреды и микросреды влияют на деятельность организации?

12. Как определить продуктовые границы рынка?

13. Приведите признаки единого географического рынка.

14. Опишите модель конкурентных сил М. Портера.

15. Перечислите и раскройте типы входных барьеров.

16. Перечислите и охарактеризуйте элементы инфраструктуры товарного рынка.

17. Перечислите основные причины возникновения монополий.

18. Каким образом государство регулирует деятельность монополий?

19. Приведите примеры ценовой дискриминации.

20. Раскройте сущность «теории игр».

21. Перечислите виды кооперативного поведения олигополистов.

22. В чем проявляется горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта?

23. Проанализируйте сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».

24. Раскройте сущность стратегического управления.

25. Для чего необходимо осуществлять конкурентную разведку?

26. В чем заключается методика анализа конкурента?

27. Перечислите известные вам виды конкурентных стратегий.

28. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентной среды в регионе?

29. Какие элементы входят в структуру механизма формирования конкурентной среды региона?

30. Какие действия могут быть предприняты по отношению к доминирующим организациям?

31. Каковы цели и принципы регионального маркетинга?

32. Проанализируйте основные составляющие системы обеспечения конкурентоспособности региона?

33. Для чего проводятся маркетинговые исследования?

34. Какова структура процесса маркетингового исследования?

35. Перечислите виды маркетинговых исследований.

36. Каковы особенности работы с количественной информацией?

37. Охарактеризуйте качественные методы сбора информации.

38. Каким образом осуществляется сбор информации при проведении кабинетных маркетинговых исследований?

39. Какие виды вопросов используются при проведении полевых маркетинговых исследований?

40. С какой целью проводится сегментация рынка?

41. Каковы принципы сегментации рынка?

42. Перечислите основные типологии потребителей.

43. Какие методы сегментации рынка используются?

44. Какими критериями руководствуются при выборе рыночного сегмента?

45. Перечислите основные стратегии охвата целевого сегмента.

46. Каким образом осуществляется позиционирование товара?

47. Что представляет собою «товар» в маркетинговом понимании?

48. Какие этапы включает жизненный цикл товара?
49. Каким образом можно продлить жизненный цикл товара?
50. Каким образом и для чего классифицируют товары?
51. Какое значение имеет разработка новых товаров? Перечислите критерии рыночной новизны товара.
52. С помощью, каких инструментов осуществляется управление товаром?
53. Какие требования предъявляются к упаковке товара?
54. Какие виды товарных знаков вам известны?
55. Для чего осуществляется маркировка товара?
56. Что такое марочная продукция?
57. Перечислите функции цены.
58. Как устанавливаются цены?
59. Какова последовательность этапов в процессе разработки стратегии ценообразования?
60. Какие цели могут выдвигать при разработке стратегии ценообразования?
61. Перечислите основные методы ценообразования.
62. Назовите основные виды цен.
63. Назовите роль продвижения и его основные формы.
64. В чем состоит сущность рекламы?
65. Проведите сравнительный анализ основных видов рекламы.
66. Перечислите основные средства стимулирования сбыта.
67. В чем состоит отличие стимулирования сбыта от рекламы?
68. Что относится к методам связей с общественностью?
69. Каковы особенности прямого маркетинга?
70. Перечислите основные виды прямого маркетинга.
71. Какова роль распределительной политики?
72. Каковы основные элементы планирования продаж?
73. Как формируются каналы распределения?
74. Какие функции выполняют участники каналов распределения?
75. Каковы особенности оптовой и розничной торговли?

2.2. Задания для промежуточной аттестации

2.2.1. Контрольные вопросы к экзамену(зачету)

Тестовые вопросы

Управление конкурентоспособностью

Что такое конкурентоспособность?

- А) Способность компании привлекать клиентов
- В) Способность компании производить товары
- С) Способность компании удерживать свои позиции на рынке+
- D) Способность компании снижать цены

Какой из следующих факторов не влияет на конкурентоспособность?

- А) Качество продукции

- В) Уровень цен
- С) Местоположение офиса+
- D) Реклама

Что такое SWOT-анализ?

- А) Метод оценки финансовых показателей
- В) Метод анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз+
- С) Метод прогнозирования рыночных тенденций
- D) Метод оценки удовлетворенности клиентов

Какой из следующих методов используется для оценки конкурентной среды?

- А) PEST-анализ
- В) SWOT-анализ
- С) BCG-матрица
- D) Все вышеперечисленное +

Что такое дифференциация продукта?

- А) Снижение цен на продукцию
- В) Создание уникальных характеристик продукта+
- С) Увеличение объемов производства
- D) Упрощение производственного процесса

Какой из следующих факторов является ключевым для создания конкурентного преимущества?

- А) Низкие затраты
- В) Высокое качество
- С) Инновации
- D) Все вышеперечисленное +

Что такое ценовая конкуренция?

- А) Конкуренция на основе качества
- В) Конкуренция на основе уникальности
- С) Конкуренция на основе снижения цен +
- D) Конкуренция на основе маркетинга

Какой из следующих инструментов помогает в управлении конкурентоспособностью?

- А) Финансовый анализ
- В) Маркетинговые исследования
- С) Оценка рисков
- D) Все вышеперечисленное +

Что такое стратегическое планирование?

- А) Процесс определения долгосрочных целей и путей их достижения +
- В) Процесс оценки текущих финансовых показателей
- С) Процесс разработки рекламной кампании
- D) Процесс управления персоналом

Какой из следующих факторов может привести к снижению конкурентоспособности?

- А) Увеличение затрат на производство +
- В) Улучшение качества продукции
- С) Расширение ассортимента
- D) Увеличение маркетинговых расходов

Что такое конкурентная стратегия?

- А) План действий для достижения конкурентных преимуществ +
- В) Метод оценки рыночной доли
- С) Процесс управления финансами
- D) Стратегия снижения цен

Какой из следующих методов не является стратегией дифференциации?

- А) Уникальный дизайн
- В) Высокое качество обслуживания
- С) Низкие цены +
- D) Инновационные технологии

Что такое рыночная ниша?

- А) Широкий сегмент рынка
- В) Узкий сегмент рынка с особыми потребностями +
- С) Общий рынок без сегментации
- D) Рынок с высокой конкуренцией

2.2.2. Типовые экзаменационные задачи

2.2.3. Темы/задания курсовых проектов/курсовых работ

Учебным планом предусмотрено выполнение самостоятельных и практических работ.

Примерный перечень тем, для самостоятельных и практических работ:

Темы для докладов (сообщений)

Тема 1.6. «Формирование конкурентной среды в регионе»

Тема 2.1. «Маркетинговые исследования»

Темы для семинаров

Тема 1.3. "Формирование и функционирование рынка"

Тема 2.3. «Управление товарным ассортиментом»

составить опорный конспект

Тема 1.2. "Иерархическая структура конкурентоспособности"

Тема 1.4. "Конкурентные рынки и их структура"

Тема 2.4. «Управление ценообразованием»

Тема 2.6. «Управление распределением товара»