

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ АГРОИНЖЕНЕРИИ

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора Института агроинженерии
Н.Г. Корнешук
«23» мая 2024 г.

Кафедра «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный»

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность **Производственный менеджмент**

Уровень высшего образования – **бакалавриат**

Квалификация – **бакалавр**

Форма обучения – **очно-заочная**

Челябинск
2024

Рабочая программа дисциплины «Управление конкурентоспособностью» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 12.08.2020 г. № 970. Рабочая программа дисциплины предназначена для подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность – Производственный менеджмент.

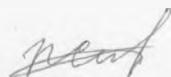
Настоящая рабочая программа дисциплины составлена в рамках основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) и учитывает особенности обучения при инклюзивном образовании лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов.

Составитель – кандидат экономических наук Живулько У.В.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный»

«07» мая 2024 г. (протокол № 10).

И.о.зав. кафедрой «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный»,
кандидат экономических наук



У.В. Живулько

Рабочая программа дисциплины одобрена методической комиссией Института агроинженерии «21» мая 2024 г. (протокол № 5).

Председатель методической комиссии
и.о. директорат Института
агроинженерии ФГБОУ ВО Южно-
Уральский ГАУ, доктор
педагогических наук, доцент



Н.Г. Корнешук

Директор Научной библиотеки



И.В. Шатрова

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Компетенции и индикаторы их достижений	4
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	6
3.	Объем дисциплины и виды учебной работы	6
3.1.	Распределение объема дисциплины по видам учебной работы	6
3.2.	Распределение учебного времени по разделам и темам	7
4.	Структура и содержание дисциплины, включающее практическую подготовку	7
4.1.	Содержание дисциплины	7
4.2.	Содержание лекций	9
4.3.	Содержание лабораторных занятий	10
4.4.	Содержание практических занятий	10
4.5.	Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся	11
5.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
7.	Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины	12
8.	Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины	12
9.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	12
10.	Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	12
11.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	13
	Приложение. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся	14
	Лист регистрации изменений	37

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент должен быть подготовлен к решению задач профессиональной деятельности следующего типа: организационно-управленческий.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся представление о методах, способах и приемах, способствующих достижению эффективных результатов в реализации задачи повышения конкурентоспособности организаций.

Задачи дисциплины:

- изучить основные методы, способы и приемы, способствующие достижению эффективных результатов в реализации задачи повышения конкурентоспособности организаций;
- овладеть методами решения экономических задач;
- сформировать навыки проведения стратегического анализа, направленного на обеспечение конкурентоспособности организаций.

1.2. Компетенции и индикаторы их достижений

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления применением информационных технологий	Обучающийся должен знать: аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации – (Б1.В.04-3.1)	Обучающийся должен уметь: применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации - (Б1.В.04-У.1)	Обучающийся должен владеть: методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации. - (Б1.В.04-Н.1)

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности	Обучающийся должен знать: профессиональную терминологию для разработки	Обучающийся должен уметь: описывать проблемные ситуации деятельности организаций в целях	Обучающийся должен владеть: методикой оценки результатов предлагаемых организационно-

организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.	организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организаций. – (Б1.В. 04-3.2)	повышения конкурентоспособности . - (Б1.В. 04-У.2)	управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организаций. (Б1.В.04 -Н.2)
ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организаций выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической и эффективности.	Обучающийся должен знать: методы принятия организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В. 04-3.3)	Обучающийся должен уметь: обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организаций. - (Б1.В.04-У.3)	Обучающийся должен владеть методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организаций. - (Б1.В.04-Н.3)
ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	Обучающийся должен знать: методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организаций. – (Б1.В.04-3.4)	Обучающийся должен уметь: оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений. - (Б1.В.04-У.4)	Обучающийся должен владеть методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений. - (Б1.В.04-Н.4)

ПК-2. Способен к тактическому управлению процессами организации производства

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения	Обучающийся должен знать: цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению	Обучающийся должен уметь: разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для	Обучающийся должен владеть методикой проведения экономических исследований производствен

новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	конкурентоспособности организации. – (Б1.В.04-3.5)	обеспечения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-У.5)	хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-Н.5)
ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.	Обучающийся должен знать: цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-3.6)	Обучающийся должен уметь: применять знания экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-У.6)	Обучающийся должен владеть навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-Н.6)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы бакалавриата.

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения: не предусмотрена.

Очно-заочная форма обучения: объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы (ЗЕТ), 144 академических часа (далее часов). Дисциплина изучается в 4 семестре.

Заочная форма обучения: не предусмотрена.

3.1. Распределение объема дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
	Очно-заочная форма обучения
Контактная работа (всего), в том числе практическая подготовка	32
Лекции (Л)	16
Практические занятия (ПЗ)	16
Лабораторные занятия (ЛЗ)	-
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	112
Контроль	-
Итого	144

3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам

№ темы	Наименование темы	Всего часов	в том числе			СР	контроль		
			контактная работа		ПЗ				
			Л	ЛЗ					
1	2	3	4	5	6	7	8		
1.	Теоретические основы управления конкурентоспособностью организаций	14	2		2	18	x		
2.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организаций.	16	2		2	18	x		
3.	Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.	19	2		2	18	x		
4.	Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.	19	4		4	18	x		
5.	Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление.	17	2		2	18	x		
6.	Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организаций.	19	4		4	22	x		
	Контроль	x	x	x	x	x	x		
	Общая трудоемкость	144	16	-	16	112			

4. Структура и содержание дисциплины, включающее практическую подготовку

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Рекомендуемый объем практической подготовки (в процентах от количества часов контактной работы) для дисциплин, реализующих:

- универсальные компетенции (УК) от 5 до 15%;
- общепрофессиональные компетенции (ОПК) от 15 до 50 %;
- профессиональные компетенции (ПК) от 20 до 80%.

4.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью организаций

Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Специфика конкуренции в реформируемой

экономике. Правовое регулирование Антитрестовское законодательство США. Российский Закон «О защите конкуренции». Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.

Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации.

Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения. Виды и типовые формы организационных и распорядительных документов для управления конкурентоспособностью бизнеса. Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Этапы проведения конкурентного анализа. Выявление существующих конкурентов и предварительный анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.

Тема 3. Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.

Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность маркетинговой политики. Конкурентоспособность цен. Конкурентоспособность сбыта. Эффективность продвижения. Конкурентоспособность маркетинговой стратегии предприятия. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.

Тема 4. Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Управление конкурентоспособностью предприятий и производственных систем на основе целевых показателей. Основные этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятий и производственных систем. Понятие конкурентоспособности предприятия. Направления оценки конкурентоспособности.

Тема 5. Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление.

Понятие конкурентных преимуществ бизнеса и их источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентными преимуществами. Стратегии формирования, наращивания и управления конкурентными преимуществами.

Тактическое управление. Тактическое управление ресурсами. Функции тактического управления.

Тема 6. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации.

Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы. Конкурентная стратегия на основе анализа факторов маркетинговой среды.

4.2. Содержание лекций

№ п/п	Наименование лекций	Коли- чество часов	Практи- ческая подготов- ка
1.	<p>Теоретические основы управления конкурентоспособностью организаций</p> <p>Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Специфика конкуренции в реформируемой экономике. Правовое регулирование Антитрестовское законодательство США. Российский Закон «О защите конкуренции». Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.</p>	2	+
2.	<p>Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организаций.</p> <p>Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения. Виды и типовые формы организационных и распорядительных документов для управления конкурентоспособностью бизнеса. Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Этапы проведения конкурентного анализа. Выявление существующих конкурентов и предварительный анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.</p>	2	+
3.	<p>Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.</p> <p>Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность маркетинговой политики. Конкурентоспособность цен. Конкурентоспособность сбыта. Эффективность продвижения. Конкурентоспособность маркетинговой стратегии предприятия. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.</p>	2	+
4.	<p>Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.</p>	4	

	Управление конкурентоспособностью предприятий и производственных систем на основе целевых показателей. Основные этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятий и производственных систем. Понятие конкурентоспособности предприятия. Направления оценки конкурентоспособности.		+
5.	Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление Понятие конкурентных преимуществ бизнеса и их источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентными преимуществами. Стратегии формирования, наращивания и управления конкурентными преимуществами. Тактическое управление. Тактическое управление ресурсами. Функции тактического управления.	2	+
6.	Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации. Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы. Конкурентная стратегия на основе анализа факторов маркетинговой среды.	4	+
	Итого	16	35%

4.3. Содержание лабораторных занятий

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

4.4. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование практических занятий	Количест- во часов	Практичес- кая подготовка
1.	Теоретические основы управления конкурентоспособностью организаций	2	+
2	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организаций.	2	+
3.	Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.	2	+
4.	Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.	4	+
5.	Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление.	2	+
6.	Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организаций.	4	+
	Итого	16	35%

4.5. Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся

4.5.1. Виды самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы обучающихся	Количество часов
	Очно-заочная форма обучения
Подготовка к практическим занятиям	51
Самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов	52
Подготовка к промежуточной аттестации	9
Итого	112

4.5.2. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Наименование тем и вопросов	Количество часов
		Очно-заочная форма обучения
1.	Теоретические основы управления конкурентоспособностью организаций	18
2.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организаций.	18
3.	Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.	18
4.	Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.	18
5.	Управление конкурентными преимуществами.	18
6.	Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организаций.	22
	Итого	112

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методические разработки имеются в Научной библиотеке ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ:

1. Управление конкурентоспособностью [Текст]: метод. указ. для самостоятельной работы обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / сост. У.В. Живулько, И.Н. Перчаткина. – Челябинск: ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, 2019. – 13 с. - URL: <http://nb.sursau.ru:8080/localdocs/ekonteor/71.pdf>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Для установления соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО разработан фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине. Фонд оценочных средств представлен в Приложении.

7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины

Основная и дополнительная учебная литература имеется в Научной библиотеке и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ.

Основная:

1. Петухова, Ж. Г. Конкурентоспособность предприятий : учебное пособие / Ж. Г. Петухова. — Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. — 113 с. — ISBN 978-5-89009-743-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/224555>

2. Криворотов, В. В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: учебное пособие / В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 352 с. : табл., схем. — (Magister). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685697>

Дополнительная:

1. Исаев, А. А. Повышение конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия : монография / А. А. Исаев. — Владивосток : ВГУЭС, 2020. — 120 с. — ISBN 978-5-9736-0621-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/250337>

2. Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): теория и методология : учебное пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 800 с. : ил., табл. — (Magister). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684686>

8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины

1. Единое окно доступа к учебно-методическим разработкам <https://yurgrau.ru>
2. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
3. Университетская библиотека ONLINE <http://biblioclub.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебно-методические разработки имеются в Научной библиотеке и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ:

1. Управление конкурентоспособностью [Текст]: метод. указ. для самостоятельной работы обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / сост. У.В. Живулько, И.Н. Перчаткина. — Челябинск: ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, 2019. — 13 с. - URL: <http://nb.sursau.ru:8080/localdocs/ekonteor/72.pdf>

2. Управление конкурентоспособностью [Текст]: метод. указ. для практических занятий обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / сост. У.В. Живулько, И.Н. Перчаткина. — Челябинск: ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, 2019. — 10 с. URL: <http://nb.sursau.ru:8080/localdocs/ekonteor/71.pdf>

10. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В Научной библиотеке с терминальных станций предоставляется доступ к базам данных: - MyTestXPRo 11.0

Операционная система Microsoft Windows PRO 10 Russian Academic OLP; офисный пакет Microsoft OfficeStd 2019 RUS OLP NL Acdmc, программный комплекс для тестирования знаний; Антивирус Kaspersky Endpoint Security

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 454080, г. Челябинск, проспект Ленина 75, учебно-лабораторный корпус, аудитория №322.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 454080, Челябинская обл., г. Челябинск, пр. Ленина, 75, учебно-лабораторный корпус, аудитория №426.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 454080, Челябинская обл., г. Челябинск, пр. Ленина, 75, учебно-лабораторный корпус, аудитория №427.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, г. Челябинск, проспект Ленина, 75, главный корпус, аудитория №411,

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 454080, Челябинская обл., г. Челябинск, пр. Ленина, 75, учебно-лабораторный корпус, аудитория №429

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; Помещение для самостоятельной работы. 454080, Челябинская обл., г. Челябинск, пр. Ленина, 75, учебно-лабораторный корпус, аудитория №423.

Перечень оборудования и технических средств обучения

Ауд. 322 Мультимедиапроектор Стационарный компьютер

Ауд. 426 Мультимедиапроектор, стационарный компьютер

Ауд. 427 Мультимедиапроектор;

РМП - компьютер DUAL G2010/GA-H61M/500Gb/2Gb

15 РМУ - компьютеры DUAL G2010/GA-Y61M/500Gb/2Gb

Ауд. 429 Мультимедиапроектор;

РМП - компьютер DUAL G2010/GA-H61M/500Gb/2Gb

15 РМУ - компьютеры DUAL G2010/GA-Y61M/500Gb/2Gb

Ауд. 423 Мультимедиапроектор;

РМП - Компьютер DUAL Gb2010/GA-H61M/500Gb/2Gb;

15 РМУ - Компьютеры DUAL Gb2010/GA-H61M/500Gb/2Gb

Ауд. 411 Дисплей сенсорный LG 75"75TR3BF; Металлодетектор стационарный ярочный марки SmartScan B6; Диван модель Галакси-2 шт.; Диван модель Галакси (левая) -4 шт; Диван модель Галакси (правая)-4 шт.; Кресло SKYLINE, торговая марка "Divina"-10 шт.; Пуф модель Форма - 3 шт.; Стойка мобильная Wize Pro M75 (под Дисплей сенсорный LG 75"75TR3BF); Стол круглый модель СО-4; Кашпо модель CUBICO 30? торговая марка "LECHUZA" - 7 шт.; Облучатель-рециркулятор медицинский-бактерицидный АРМЕД СР111-115 - 2 шт.; Термометр инфракрасный WF-5000- 3 шт.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации
обучающихся

СОДЕРЖАНИЕ

1. Компетенции и их индикаторы, формируемые в процессе освоения дисциплины	16
2. Показатели, критерии и шкала оценивания индикаторов достижения сформированности компетенций	18
3. Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций в процессе освоения дисциплины	22
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций	23
4.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости в процессе практической подготовки	23
4.1.1. Опрос на практическом занятии	23
4.1.2. Тестирование	26
4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации	37
4.2.1. Зачет	33

1. Компетенции и их индикаторы, формируемые в процессе освоения дисциплины

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управлеченческой теории.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Обучающийся должен знать: аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации – (Б1.В.04-3.1)	Обучающийся должен уметь: применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации – (Б1.В.04-У.1)	Обучающийся должен владеть: методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации. – (Б1.В.04-Н.1)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организаций, используя профессиональную терминологию и технологии управления.	Обучающийся должен знать: профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-3.2)	Обучающийся должен уметь: описывать проблемные ситуации деятельности организаций в целях повышения конкурентоспособности. – (Б1.В.04-У.2)	Обучающийся должен владеть: методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-Н.2)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.	Обучающийся должен знать: методы принятия организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В. 04-3.3)	Обучающийся должен уметь: обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организаций. - (Б1.В. 04-У.3)	Обучающийся должен владеть методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организаций. - (Б1.В. 04-Н.3)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет
ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	Обучающийся должен знать: методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В. 04-3.4)	Обучающийся должен уметь: оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений. - (Б1.В. 04-У.4)	Обучающийся должен владеть методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений. - (Б1.В. 04-Н.4)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

ПК-2. Способен к тактическому управлению процессами организации производства

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации	Обучающийся должен знать: цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению	Обучающийся должен уметь: разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения	Обучающийся должен владеть методикой проведения экономических исследований производстве	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-3.5)	конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-У.5)	нно-хозяйственно й деятельности для повышения конкурентоспособности организаций. – (Б1.В.04-Н.5)		
ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.	Обучающийся должен знать: цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-3.6)	Обучающийся должен уметь: применять знания экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-У.6)	Обучающийся должен владеть навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-Н.6)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

2. Показатели, критерии и шкала оценивания индикаторов достижения компетенций

ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.1	Обучающийся не знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся слабо знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации
Б1.В.04-У.1	Обучающийся не умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся слабо умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации с незначительными	Обучающийся умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации

			затруднениями.	
Б1.В.04-Н.1	Обучающийся не владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся слабо владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся свободно владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.

ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.2	Обучающийся не знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации.
Б1.В.04-У.2	Обучающийся не умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности.	Обучающийся слабо умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности.	Обучающийся умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности и с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности и.
Б1.В.04-Н.2	Обучающийся не владеет методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся слабо владеет методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации	Обучающийся свободно владеет методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации

ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.3	Обучающийся не знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.3	Обучающийся не умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-Н.3	Обучающийся не владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся свободно владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.

ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.4	Обучающийся не знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности	Обучающийся слабо знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях

	сти организации.	и организации.	управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организаций.	повышения конкурентоспособности и организаций.
Б1.В.04-У.4	Обучающийся не умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.	Обучающийся слабо умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.	Обучающийся умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.
Б1.В.04-Н.4	Обучающийся не владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся слабо владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся свободно владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.

ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.5	Обучающийся не знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.5	Обучающийся не умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.	Обучающийся умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации с незначительными	Обучающийся умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.

			затруднениями.	
Б1.В.04-Н.5	Обучающийся не владеет методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо владеет методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся свободно владеет методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.

ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-З.6	Обучающийся не знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся слабо знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.
Б1.В.04-У.6	Обучающийся не умеет применять знания экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся слабо умеет применять знания экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся умеет применять знания экономического анализа для определения резервов производства с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет применять знания экономического анализа для определения резервов производства.
Б1.В.04-Н.6	Обучающийся не владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся слабо владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся свободно владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.

3. Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, сформированных в процессе освоения дисциплины

Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, содержатся в учебно-методических разработках, приведенных ниже.

1. Управление конкурентоспособностью [Текст]: метод. указ. для самостоятельной работы обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / сост. У.В. Живулько, И.Н. Перчаткина. – Челябинск: ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, 2019. – 13 с. URL: <http://nb.sursau.ru:8080/localdocs/ekonteor/72.pdf>

2. Управление конкурентоспособностью [Текст]: метод. указ. для практических занятий обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / сост. У.В. Живулько, И.Н. Перчаткина. – Челябинск: ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, 2019. – 10 с. URL: <http://nb.sursau.ru:8080/localdocs/ekonteor/71.pdf>

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

В данном разделе методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности, по дисциплине «Управление конкурентоспособностью», приведены применительно к каждому из используемых видов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

4.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.1.1. Опрос на практическом занятии

Ответ на практическом занятии используется для оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по отдельным вопросам и темам дисциплины. Темы и планы занятий заранее сообщаются обучающимся. Ответ оценивается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции
1	<p>Задача 1. Объемы продаж организаций отрасли равны соответственно 40, 30, 10, 20, 50, 70.</p> <p>1). Определите долю концентрации.</p> <p>2). Определите индекс Херфиндела-Хиршмана.</p> <p>Задача 2. Объемы продаж организаций отрасли равны соответственно 20, 80, 90, 40, 60, 30.</p> <p>1). Определите долю концентрации.</p> <p>2). Определите индекс Херфиндела-Хиршмана.</p> <p>Задача 3. В отрасли действует три фирмы, доля каждой соответственно составляет 27%, 23%, 30% и 20%. Найти индекс концентрации власти в этой отрасли (индекс Херфиндаля-Хиршмана).</p> <p>1. Какова роль конкуренции в развитии экономики?</p> <p>2. Назовите известные вам теории конкуренции, кто их создатель?</p> <p>3. В чем суть и особенности рыночной конкуренции?</p> <p>4. Какие классификационные признаки рыночной конкуренции вы знаете?</p> <p>5. Какие типы рынка в зависимости от развитости конкуренции можно выделить? Охарактеризуйте особенности, степень наибольшего распространения и контроля за ценами каждого типа.</p> <p>6. Приведите примеры видовой, функциональной и предметной конкуренции.</p>	ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.

2	<p>Перечислить контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды организаций.</p> <p>ООО «Глобус» специализируется на производстве и продаже кондитерских изделий. Численность сотрудников ООО «Глобус» на май 2009 года – более 1200 человек, из которых 900 работают на постоянной основе. Предприятие имеет развитую систему дистрибуции. География поставок охватывает вся территорию России: от Санкт-Петербурга до Дальнего Востока, с 2007 года потребителями продукции ООО «Глобус» стали жители республик Казахстан, ведутся переговоры с представителями Азербайджана и Узбекистана. В производстве используются только натуральные экологически чистые компоненты. В 2017 году фабрика выпустила на кондитерский рынок несколько новых видов продукции после прироста производственных мощностей. Фабрика имеет награды таких престижных выставок-конкурсов, как: «World food», «Продэкспо», «100 лучших товаров России».</p>	ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организаций, используя профессиональную терминологию и технологии управления.																																																	
3	<p>Предприятие специализируется на производстве садово-огородного инвентаря. В таблице представлены объем реализации продукции за два года, доля рынка предприятия и сильнейшего конкурента по каждому виду продукции.</p> <p>Исходные данные для расчета конкурентоспособности</p> <table border="1" data-bbox="219 810 1029 1439"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Наименование продукции</th> <th colspan="2">Объем реализации, тыс. руб</th> <th colspan="2">Доля рынка 2018 г, %</th> </tr> <tr> <th>2017 г</th> <th>2018 г</th> <th>Предприятие</th> <th>Конкурент</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Соковыжималка СВАСА-308</td> <td>2900</td> <td>2500</td> <td>34</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Тележка двухколесная</td> <td>590</td> <td>649</td> <td>33</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>Ящик овощной складной</td> <td>90</td> <td>130</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Садово-огородный инвентарь в ассортименте</td> <td>280</td> <td>448</td> <td>15</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Газонокосилки малогабаритные</td> <td>1850</td> <td>2405</td> <td>11</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Запчасти к отечественным мотоблокам</td> <td>580</td> <td>348</td> <td>40</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Лестница-стремянка ЛС-3</td> <td>980</td> <td>686</td> <td>16</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Опрыскиватели</td> <td>900</td> <td>40</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> – темпы роста рынка по каждому виду продукции; – относительные доли рынка, занимаемые предприятием на рынке по каждому виду продукции; – долю каждого вида продукции в общем объеме реализации предприятия за 2018 год. Постройте матрицу БКГ и сформируйте товарную стратегию для каждого вида продукции предприятия на основе анализа матрицы БКГ. 	Наименование продукции	Объем реализации, тыс. руб		Доля рынка 2018 г, %		2017 г	2018 г	Предприятие	Конкурент	Соковыжималка СВАСА-308	2900	2500	34	17	Тележка двухколесная	590	649	33	21	Ящик овощной складной	90	130	5	7	Садово-огородный инвентарь в ассортименте	280	448	15	10	Газонокосилки малогабаритные	1850	2405	11	9	Запчасти к отечественным мотоблокам	580	348	40	18	Лестница-стремянка ЛС-3	980	686	16	16	Опрыскиватели	900	40	2	2	ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организаций выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.
Наименование продукции	Объем реализации, тыс. руб		Доля рынка 2018 г, %																																																
	2017 г	2018 г	Предприятие	Конкурент																																															
Соковыжималка СВАСА-308	2900	2500	34	17																																															
Тележка двухколесная	590	649	33	21																																															
Ящик овощной складной	90	130	5	7																																															
Садово-огородный инвентарь в ассортименте	280	448	15	10																																															
Газонокосилки малогабаритные	1850	2405	11	9																																															
Запчасти к отечественным мотоблокам	580	348	40	18																																															
Лестница-стремянка ЛС-3	980	686	16	16																																															
Опрыскиватели	900	40	2	2																																															

4	<p>Оцените конкурентоспособность двух моделей любых смартфонов по сравнению с последним смартфоном компании Apple. Характеристики устройств (технические и стоимостные) и вес каждого параметра выберите самостоятельно (не менее 10). Решение представьте в виде таблице.</p> <p>Оценка конкурентоспособности смартфонов</p> <table border="1" data-bbox="239 345 843 691"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Параметры</th><th rowspan="2">Коэффиц. значимости параметра с точки зрения потребителя, K_i</th><th colspan="3">Характеристика</th></tr> <tr> <th>смартфон 1</th><th>смартфон 2</th><th>смартфон 3</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Технические</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Стоимостные</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Параметры	Коэффиц. значимости параметра с точки зрения потребителя, K_i	Характеристика			смартфон 1	смартфон 2	смартфон 3	Технические					Стоимостные					<p>ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий</p>		
Параметры	Коэффиц. значимости параметра с точки зрения потребителя, K_i			Характеристика																		
		смартфон 1	смартфон 2	смартфон 3																		
Технические																						
Стоимостные																						
5	<p>Задание 1. Для выполнения задания студентом самостоятельно выбирается любая компания (коммерческая организация), зарегистрированная на территории РФ. Форма собственности и размер не имеют значение. Для выбранного предприятия необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> – написать, какие субъекты и факторы являются для него микросредой; – какие факторы макросреды необходимо учитывать предприятию; – в каждой группе факторов макросреды выбрать наиболее значимые. <p>Задание 2. Для любого выбранного Вами предприятия, определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, оказывающие влияние на его деятельность. Оцените степень влияния каждого из факторов по 5- балльной шкале. Попытайтесь спрогнозировать влияние этих факторов в будущем (будет усиливаться, оставаться неизменным, снижаться). Результаты внесите в таблицу.</p> <p>Факторы и их влияние</p> <table border="1" data-bbox="208 1343 1033 1626"> <thead> <tr> <th>Группы факторов</th><th>Факторы, влияющие на предприятие</th><th>Степень влияния (где 1- наим.степень, 5-максим.)</th><th>Прогноз влияния фактора в будущем</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Политические</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Экономические</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Социальные</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Демографические</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Группы факторов	Факторы, влияющие на предприятие	Степень влияния (где 1- наим.степень, 5-максим.)	Прогноз влияния фактора в будущем	Политические				Экономические				Социальные				Демографические				<p>ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли</p>
Группы факторов	Факторы, влияющие на предприятие	Степень влияния (где 1- наим.степень, 5-максим.)	Прогноз влияния фактора в будущем																			
Политические																						
Экономические																						
Социальные																						
Демографические																						
6	<p>Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных; технологических, социо-культурных, политических и международных необходимо учитывать производителю:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) спортивных велосипедов; б) коллекционных кукол; в) надувных лодок; г) хлебобулочных изделий; д) спичек. <p>В каждой группе факторов укажите 5-7 наиболее важных. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей, сравните полученные результаты, попробуйте объяснить, почему для каждого предприятия результаты</p>	<p>ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.</p>																				

	ранжирования могут быть разными.	
--	----------------------------------	--

Критерии оценки ответа (табл.) доводятся до сведения обучающихся в начале занятий. Оценка объявляется обучающемуся непосредственно после ответа.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка 5 (отлично)	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся полно усвоил учебный материал; - проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмыслиения и восприятия информации, навыки описания основных экономических законов, явлений и процессов; - материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; - показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; - продемонстрировано умение решать управленческие задачи; - могут быть допущены одна–две неточности при освещении второстепенных вопросов.
Оценка 4 (хорошо)	<p>ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет место один из недостатков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; - в решении экономических задач допущены незначительные неточности.
Оценка 3 (удовлетворительно)	<ul style="list-style-type: none"> - неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; - имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, описании управленческих законов, явлений и процессов, решении задач, исправленные после нескольких наводящих вопросов; - неполное знание теоретического материала; обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
Оценка 2 (неудовлетворительно)	<ul style="list-style-type: none"> - не раскрыто основное содержание учебного материала; - обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; - допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, в описании управленческих законов, явлений и процессов, решении задач, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.

4.1.2. Тестирование

Тестирование используется для оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по отдельным темам или разделам дисциплины. Тест представляет собой комплекс стандартизированных заданий, позволяющий упростить процедуру измерения знаний и умений обучающихся. Обучающимся выдаются тестовые задания с формулировкой вопросов и предложением выбрать один правильный ответ из нескольких вариантов ответов.

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции
	Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность	

	компетенций в процессе освоения дисциплины	
1	<p>1. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:</p> <p>a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) патиентная стратегия;* d) эксплерентная стратегия.</p> <p>2. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:</p> <p>a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) патиентная стратегия; d) эксплерентная стратегия.*</p> <p>3. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:</p> <p>a) небольшое число крупных фирм;* b) одна крупная фирма; c) небольшое число средних фирм; d) большое число крупных фирм.</p> <p>4. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:</p> <p>a) гибкость; b) экономия на снижение постоянных издержек;* c) ставка на радикальные нововведения; d) дифференциация продукта.</p> <p>5. Дифференциация продукта – это:</p> <p>a) универсальный приём ценовой конкуренции; b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;* c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства; d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.</p> <p>6. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:</p> <p>a) резервным капиталом; b) оборотным капиталом; c) венчурным капиталом;* d) внеоборотным капиталом.</p> <p>7. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:</p> <p>a) стратегия поддержки позиций;* b) стратегия интеграции; c) стратегия лидерства в нише; d) стратегия выхода за пределы ниши.</p> <p>8. Естественная монополия – это:</p> <p>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.</p> <p>9. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:</p> <p>a) финансово-промышленными группами; b) картелями; c) транснациональными корпорациями;* d) компания.</p>	ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.

	<p>10. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:</p> <p>a) качеством продукции;*</p> <p>b) уровнем качества продукции;</p> <p>c) показателем функциональной пригодности;</p> <p>d) показателем совместимости.</p>	
2	<p>1. К сырью и природному топливу не применяются следующие показатели качества товаров:</p> <p>a) функциональные;</p> <p>b) эргономические;*</p> <p>c) безопасности;</p> <p>d) экологичности.</p> <p>2. Показатели, характеризующие соответствие изделия типичным размерам и форме человеческого тела и его отдельных частей, называются:</p> <p>a) антропометрическими;*</p> <p>b) физиологическими;</p> <p>c) психофизиологическими;</p> <p>d) гигиеническими.</p> <p>3. Понятие «рейтинг товара» означает:</p> <p>a) Характеристика более дешевого товара;</p> <p>b) Характеристика качественного товара;</p> <p>c) + Мере преимущества одного изделия или модели над другими.</p> <p>4. В группу технических параметров, используемых для оценки конкурентоспособности, обычно относят:</p> <p>a) Соотношение цена-качество;</p> <p>b) + Показатели назначения, надежности, эргономические ; c)</p> <p>Показатели веса, объема, размера.</p> <p>5. К оценке конкурентоспособности товара не относятся следующие этапы:</p> <p>a) Анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара-образца (эталона) для сравнения;</p> <p>b) Расчеты интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого товара;</p> <p>c) + Соотношение цена-качество.</p> <p>6. Положительная ассоциация, возникающая у человека в связи с увиденным, услышанным, прочитанным наименованием продукта, марки, предприятия называется:</p> <p>a) реклама;</p> <p>и) + имидж;</p> <p>c) популярность.</p> <p>7. Возможность успешной продажи товара на определенном рынке в установленный промежуток времени:</p> <p>a) + конкурентоспособность;</p> <p>b) эффективность;</p> <p>c) рейтинг.</p> <p>8. В «паблисити» (популярности) не относится:</p> <p>a) Проведение различных юбилейных праздников;</p> <p>b) Издание фирменных журналов;</p> <p>c) + Освещение динамики развития продаж;</p> <p>9. В престижной рекламы принадлежит:</p> <p>a) Проведение различных юбилейных праздников;</p> <p>b) Издание фирменных журналов;</p> <p>c) + Освещение динамики развития продаж.</p> <p>10. Товар, превращает мечту в реальность называется:</p> <p>a) + пионерной;</p> <p>b) улучшенный;</p> <p>c) устаревший.</p>	ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.
3	<p>1. Цель конкуренции —</p> <p>a) занять место на рынке;</p> <p>b) удовлетворить спрос потребителей;</p>	ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов

	<p>c) + получение прибыли от реализации товаров;</p> <p>2. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) сильные стороны конкурентов; b) +: как нужно отвечать на действия конкурентов; c) слабые стороны конкурентов; <p>3. Главным элементом на рынке конкуренции является:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) реклама; b) + товар; c) конкурент. <p>4. Конкурентоспособность товара – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) фальсификация товара; b) + уровень его потребительских свойств; c) способ реализации товара; <p>5. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) 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. <p>6. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности; b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену; c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности. <p>7. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) 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. <p>8. Потребительские свойства товара – __</p> <ul style="list-style-type: none"> a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать. <p>9. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия __</p> <ul style="list-style-type: none"> a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены. <p>10. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность; d) длительность по времени. 	<p>проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.</p>
4	<p>1. Объектом конкуренции являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы 	ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты

<p>стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;</p> <p>b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;</p> <p>c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*</p> <p>d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.</p> <p>2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:</p> <p>a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;</p> <p>b) издержки производства и сбыта;</p> <p>c) полезный эффект и цена потребления;*</p> <p>d) потребительская новизна товара.</p> <p>3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:</p> <p>a) регрессивная вертикальная интеграция;*</p> <p>b) прогрессивная вертикальная интеграция;</p> <p>c) горизонтальная интеграция;</p> <p>d) дополняющая диверсификация.</p> <p>4. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:</p> <p>a) производственным факторам конкурентоспособности;</p> <p>b) рыночным факторам конкурентоспособности;</p> <p>c) сбытовым факторам конкурентоспособности;*</p> <p>d) сервисным факторам конкурентоспособности.</p> <p>5. Фирма – это:</p> <p>a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;</p> <p>b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;</p> <p>c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;</p> <p>d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*</p> <p>6. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксперентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:</p> <p>a) резервным капиталом;</p> <p>b) оборотным капиталом;</p> <p>c) венчурным капиталом;*</p> <p>d) внеоборотным капиталом.</p> <p>7. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:</p> <p>a) стратегия поддержки позиций;*</p> <p>b) стратегия интеграции;</p> <p>c) стратегия лидерства в нише;</p> <p>d) стратегия выхода за пределы ниши.</p> <p>8. Естественная монополия – это:</p> <p>a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм;</p> <p>b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;*</p> <p>c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей;</p> <p>d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт.</p> <p>9. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:</p> <p>a) финансово-промышленными группами;</p> <p>b) картелями;</p> <p>c) транснациональными корпорациями;*</p> <p>d) компаниями.</p> <p>10. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:</p> <p>a) качеством продукции;*</p>	<p>реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применения современный компьютерный инструментарий</p>
---	--

	b) уровнем качества продукции;	
5	<p>1. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:</p> <p>a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия;* d) эклерентная стратегия.</p> <p>2. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:</p> <p>a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия; d) эклерентная стратегия.*</p> <p>3. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:</p> <p>a) небольшое число крупных фирм;* b) одна крупная фирма; c) небольшое число средних фирм; d) большое число крупных фирм.</p> <p>4. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:</p> <p>a) гибкость; b) экономия на снижение постоянных издержек;* c) ставка на радикальные нововведения; d) дифференциация продукта.</p> <p>5. Дифференциация продукта – это:</p> <p>a) универсальный приём ценовой конкуренции; b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;* c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства; d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.</p> <p>5. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:</p> <p>a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности; b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену; c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.</p> <p>6. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) 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.</p> <p>7. Потребительские свойства товара – __</p> <p>a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать.</p> <p>8. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия</p>	ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли

	<p>a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>9. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность;</p> <p>10. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:</p> <p>a) стратегия поддержки позиций;*</p> <p>b) стратегия интеграции;</p> <p>c) стратегия лидерства в нише;</p> <p>d) стратегия выхода за пределы ниши.</p>	
6	<p>1. Выражение результатов в конкретных единицах с помощью аудиометода определяют следующие показатели качества:</p> <p>a) + звук; b) внешний вид; c) консистенция.</p> <p>2. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:</p> <p>a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности; b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену; c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.</p> <p>3. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготавителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>4. Потребительские свойства товара – __</p> <p>a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать.</p> <p>5. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия __</p> <p>a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>6. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность; d) длительность по времени.</p> <p>7. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения</p>	<p>ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.</p>

<p>изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>8. Потребительские свойства товара –</p> <p>a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать.</p> <p>9. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия</p> <p>a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>10. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность; d) длительность по времени.</p>	
---	--

По результатам теста обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Критерии оценивания ответа (табл.) доводятся до сведения обучающихся до начала тестирования. Результат тестирования объявляется обучающемуся непосредственно после его сдачи.

Шкала	Критерии оценивания (% правильных ответов)
Оценка 5 (отлично)	80-100
Оценка 4 (хорошо)	70-79
Оценка 3 (удовлетворительно)	50-69
Оценка 2 (неудовлетворительно)	менее 50

4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

4.2.1. Зачет

Зачет является формой оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по разделам дисциплины. По результатам зачета обучающемуся выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено»; оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в случае дифференцированного зачета.

Зачет проводится по окончании чтения лекций и выполнения лабораторных (практических) занятий. Зачет принимается преподавателями, проводившими лабораторные (практические) занятия, или читающими лекции по данной дисциплине. В случае отсутствия ведущего преподавателя зачет принимается преподавателем, назначенным распоряжением заведующего кафедрой. С разрешения заведующего кафедрой на зачете может присутствовать преподаватель кафедры, привлеченный для помощи в приеме зачета.

Присутствие на зачете преподавателей с других кафедр без соответствующего распоряжения ректора, проректора по учебной, воспитательной работе и молодежной политике, заместителя директора института по учебной работе не допускается.

Форма(ы) проведения зачета (*устный опрос по билетам, письменная работа, тестирование и др.*) определяются кафедрой и доводятся до сведения обучающихся в начале семестра.

Для проведения зачета ведущий преподаватель накануне получает в секретариате директората зачетно-экзаменационную ведомость, которая возвращается в секретариат после окончания мероприятия в день проведения зачета или утром следующего дня.

Во время зачета обучающиеся могут пользоваться с разрешения ведущего преподавателя справочной и нормативной литературой, другими пособиями и техническими средствами.

Время подготовки ответа в устной форме при сдаче зачета должно составлять не менее 20 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа - не более 10 минут.

Преподавателю предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины.

Качественная оценка «зачтено», внесенная в зачетно-экзаменационную ведомость, является результатом успешного усвоения учебного материала.

Результат зачета выставляется в зачетно-экзаменационную ведомость в день проведения зачета в присутствии самого обучающегося. Преподаватели несут персональную ответственность за своевременность и точность внесения записей о результатах промежуточной аттестации в зачетно-экзаменационную ведомость.

Если обучающийся явился на зачет и отказался от прохождения аттестации в связи с неподготовленностью, то в зачетно-экзаменационную ведомость ему выставляется оценка «не зачтено».

Неявка на зачет отмечается в зачетно-экзаменационной ведомости словами «не явился».

Нарушение дисциплины, списывание, использование обучающимися неразрешенных печатных и рукописных материалов, мобильных телефонов, коммуникаторов, планшетных компьютеров, ноутбуков и других видов личной коммуникационной и компьютерной техники во время зачета запрещено. В случае нарушения этого требования преподаватель обязан удалить обучающегося из аудитории и проставить ему в ведомости оценку «не зачтено».

Обучающимся, не сдавшим зачет в установленные сроки по уважительной причине, индивидуальные сроки проведения зачета определяются заместителем директора института по учебной работе.

Обучающиеся, имеющие академическую задолженность, сдают зачет в сроки, определяемые Университетом. Информация о ликвидации задолженности отмечается в экзаменационном листе.

Допускается с разрешения заместителя директора института по учебной работе досрочная сдача зачета с записью результатов в экзаменационный лист.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья могут сдавать зачеты в сроки, установленные индивидуальным учебным планом. Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Процедура проведения промежуточной аттестации для особых случаев изложена в «Положении о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП бакалавриата, специалитета и магистратуры» ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ.

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции
	Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций в процессе освоения дисциплины	
1.	1. Понятие и основные черты конкуренции. 2. Особенности международной конкуренции. 3. Понятие конкурентного преимущества на мировом рынке. 4. Понятие и основные измерения конкурентоспособности. 5. Факторы, определяющие национальную и международную конкурентоспособность.	ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
2.	6. Традиционные подходы к конкурентоспособности: меркантилизм, теория абсолютных и сравнительных преимуществ. 7. Принципы конкурентной политики в различных политико-экономических системах. 8. Цель, задачи и инструменты оптимальной конкурентной политики.	ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.
3.	9. Понятие конкурентного статуса, конкурентной позиции предприятия. 10. Факторы конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли. 11. Ценовая и неценовая конкуренция. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.	ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.
4.	12. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей. 13. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами. 14. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции.	ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий
5.	15. Ценовая и неценовая конкуренция. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.	ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением исследований производственно-хозяйственной

	<p>16. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей.</p> <p>17. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.</p>	структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли
6	<p>18. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции.</p> <p>19. Виды стратегий.</p> <p>20. Соотношение корпоративных и конкурентных стратегий.</p>	ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.

Шкала и критерии оценивания ответа обучающегося представлены в таблице.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	<p>знание программного материала, усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой дисциплины, правильное решение задачи (допускается наличие малозначительных ошибок или недостаточно полное раскрытие содержание вопроса, или погрешность непринципиального характера в ответе на вопросы).</p> <p>Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие показатели в ходе проведения текущего контроля и систематическая активная работа на учебных занятиях.</p>
Оценка «не зачтено»	пробелы в знаниях основного программного материала, принципиальные ошибки при ответе на вопросы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ