

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Маланичева Наталья Николаевна  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 04.12.2024 14:18:23  
Уникальный программный ключ:  
94732c3d953a82d495dcc3155d5c573883fedd18

Приложение  
к рабочей программе дисциплины

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **Управление конкурентоспособностью предприятия**

*(наименование дисциплины(модуля))*

Направление подготовки / специальность

**38.04.01 Экономика**

Направленность (профиль)/специализация

**Экономика организаций и отраслевых комплексов**

*(наименование)*

## Содержание

1. Пояснительная записка.
2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.
3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации.

## 1. Пояснительная записка

Цель промежуточной аттестации – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Формы промежуточной аттестации: очная форма обучения зачет с оценкой в 1 семестре

### Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции
<i>ПК-1</i> Способен подготавливать экономические обоснования для стратегических и оперативных планов развития организации	<i>ПК-1.4</i> Проводит разработку мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов

### Результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы (семестр )
<i>ПК-1.4</i> Проводит разработку мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов	Обучающийся знает: изучение основных концепций конкурентоспособности предприятия, изучение стратегий развития предприятия в рамках отрасли	Вопросы (№1 - №11)
	Обучающийся умеет: собрать и проанализировать данные, необходимые для решения задач в области конкурентоспособности фирмы, используя отечественные источники информации, выявлять ключевые факторы успеха в отрасли и источники конкурентных преимуществ	Задания (№1 - №2)
	Обучающийся владеет: методикой построения конкурентной карты рынка, навыками подготовки информационного обзора и аналитического отчета о конкурентоспособности фирмы	Задания (№1- №6)

Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) проводится в одной из следующих форм:

- 1) ответ на билет, состоящий из теоретических вопросов и практических заданий;
- 2) выполнение заданий в ЭИОС университета.

## 2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций

### 2.1 Типовые вопросы (тестовые задания) для оценки знаний образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
<i>ПК-1.4</i> Проводит разработку мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на	Обучающийся знает: изучение основных концепций конкурентоспособности предприятия, изучение стратегий развития предприятия в рамках отрасли

<p><i>производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов</i></p>	
<p>Примерные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ценовые или неценовые методы конкуренции чаще используются на современном рынке?</li> <li>2. Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде?</li> <li>3. Вопросы теории "конкуренции"</li> <li>4. Каковы основные критерии дифференциации форм монополии?</li> <li>5. Какие основные формы монополий существуют в соответствии с критерием происхождения монополии?</li> <li>6. Сущность понятий конкуренция и конкурентоспособность</li> <li>7. Виды конкуренции и конкурентоспособности</li> <li>8. Структура и формы конкурентоспособности</li> <li>9. Теории конкурентоспособности</li> <li>10. Иерархическая структура конкурентоспособности</li> <li>11. Эволюция концепций конкурентных преимуществ</li> </ol>	
<p><i>ПК-1.4 Проводит разработку мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов</i></p>	<p>Обучающийся умеет: собрать и проанализировать данные, необходимые для решения задач в области конкурентоспособности фирмы, используя отечественные источники информации, выявлять ключевые факторы успеха в отрасли и источники конкурентных преимуществ</p>
<p>1 Кейс «интернет-маркетинг на спортивном рынке» Континентальная хоккейная лига (КХЛ) — международная лига, созданная в 2008 г. для развития хоккея на территории России и других стран Европы и Азии. По итогам регулярного Чемпионата КХЛ определяется обладатель Кубка Континента. По итогам плей-офф определяется чемпион России, которым становится лучший российский клуб, а также обладатель Кубка Гагарина В восьмом чемпионате, проходившем в 2015—2016 гг., приняли участие 28 клубов из России, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Словакии, Финляндии и Хорватии. За годы существования КХЛ сыграно 629 матчей. Игры Кубка Гагарина посетили почти 5 млн зрителей, в среднем — 7700 чел. в расчете на один матч. Намного шире телевизионная и интернет-аудитория каждого матча. Иностранные клубы стремятся играть в КХЛ, поскольку в этом чемпионате они имеют возможность состязаться с сильными командами. КХЛ дает игрокам своих хоккейных клубов более высокие доходы и возможность дальнейшей карьеры. Но вступление в КХЛ означает и появление новых зрителей — в первую очередь, российских болельщиков — и, возможно, новых спонсоров. Поэтому зарубежным клубам необходимо наладить взаимодействие с новыми целевыми аудиториями. Они имеют возможность повысить свои доходы, в том числе за счет популяризации своей команды на российском рынке и продажи билетов на домашние матчи и фанатской атрибутики новым болельщикам. В современных условиях эти задачи могут решаться, в первую очередь, в интернете. Разумеется, для этого необходимо адаптировать свой сайт, интернет-магазин и группы в социальных сетях к привычкам и запросам российской аудитории. Вопросы к кейсу: 1. Выберите иностранный хоккейный клуб, играющий в КХЛ. Насколько его сайт и интернет-магазин учитывают наличие российской аудитории? В каких социальных сетях созданы группы болельщиков этого клуба? Созданы ли в них условия для включения российских болельщиков? 2. Повлияла ли на ваш анализ история выбранного вами иностранного хоккейного клуба: некоторые из них существуют уже длительное время, а некоторые были созданы специально для игры в КХЛ? 3. Какие сайты / интернет-магазины / группы в социальных сетях российских хоккейных клубов могут служить образцом для бенчмаркингового исследования? Составьте список критериев, по которым следует проводить сравнение интернет-магазинов фанатской атрибутики; групп болельщиков в социальных сетях. 4. Какой «лучший опыт» российских клубов по интернет-взаимодействию с болельщиками может быть использован выбранным вами иностранным хоккейным клубом? 5. Какие маркетинговые мероприятия, успешно применявшиеся клубами НХЛ (спортивной организации, объединяющей хоккейные клубы США и Канады), могут быть использованы в КХЛ?</p> <p>2. Рассмотрев миссии известных компаний Google, Coca Cola, определить оптимальную структуру элементов миссии (привести пример). Задания для самостоятельной работы в часы самоподготовки: Задания для самостоятельной работы приведены в разделе СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ). Оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего и рубежного контролей успеваемости представлены в ФОС по дисциплине "Управление конкурентоспособностью фирмы"</p>	
<p><i>ПК-1.4 Проводит разработку мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов</i></p>	<p>Обучающийся владеет: методикой построения конкурентной карты рынка, навыками подготовки информационного обзора и аналитического отчета о конкурентоспособности фирмы</p>
<p>1. Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе – это:</p> <p>А) Стратегическое планирование;</p> <p>В) Стратегический контроль;</p>	

- C) Стратегическое управление персоналом организации;
  - D) Стратегический менеджмент;
  - E) Стратегия.
2. В цели стратегического управления персоналом входит:
- A) Развитие эффективных систем коммуникации между управленческим звеном и другими сотрудниками, между департаментами и отделами;
  - B) Создание механизмов борьбы с последствиями психологического восприятия перемен;
  - C) Регулирование уровня оплаты труда, достаточного для подбора, удержания и мотивации персонала на всех организационных уровнях;
  - D) направленность управленческих воздействий на изменение потенциала персонала;
  - E) ответы А, В, С.
3. Объектами стратегического управления персоналом не являются:
- A) сотрудники организации;
  - B) условия труда;
  - C) рынок труда;
  - D) структура персонала;
  - E) организационная культура
4. Разработка и реализация действий, ведущих к долгосрочному превышению уровня результативности деятельности фирмы над уровнем конкурентов – это:
- A) стратегический план
  - B) стратегический анализ
  - C) стратегическое управление
  - D) стратегический менеджмент
  - E) стратегическое планирование
5. Назовите первый этап развития и становления стратегического менеджмента по Р. Коху:
- A) классическое стратегическое планирование
  - B) портфельный менеджмент
  - C) отступление к прагматизму
  - D) интуитивные, адаптивные и творческие аспекты стратегии
  - E) конкурентные стратегии М. Портера
6. Цели при стратегическом управлении бывают:
- A) траекторные
  - B) «мягкие»
  - C) точечные
  - D) траекторные и точечные
  - E) «жесткие»

## **2.2. Перечень вопросов для подготовки обучающихся к промежуточной аттестации**

- 1 Понятие конкурентоспособность предприятия, товара, страны
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 Уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты развития конкурентной среды
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
- 10 Уровень конкурентоспособности Республики Казахстан в рейтинге конкурентоспособности стран
- 11 Методы оценки конкурентоспособности организации
- 12 Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- 13 Методы оценки конкурентоспособности товара
- 14 Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
- 15 Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
- 16 Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
- 17 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации
- 18 Понятие конкурентного преимущества.
- 19 Детерминанты конкурентного преимущества.

- 20 Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов.
- 21 Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества организации.
- 22 Конкурентный статус организации: понятие, оценка уровня.
- 23 Управление конкурентоспособностью организации. Сущность построения стратегической карты
- 24 Характеристика различных форм рынка: совершенная конкуренция, монополистическая, олигополия, монополия
- 25 Рыночный потенциал. Конкурентные силы рынка

### **3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации**

#### **Критерии формирования оценок по ответам на вопросы, выполнению тестовых заданий**

- оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы составляет 100 – 90% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы – 89 – 76% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на тестовые вопросы – 75–60 % от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов – менее 60% от общего объема заданных вопросов.

#### **Критерии формирования оценок по результатам выполнения заданий**

**«Отлично/зачтено»** – ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

**«Хорошо/зачтено»** – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.

**«Удовлетворительно/зачтено»** – ставится за работу, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и двух недочетов.

**«Неудовлетворительно/не зачтено»** – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки «удовлетворительно» или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

*Виды ошибок:*

- *грубые ошибки: незнание основных понятий, правил, норм; незнание приемов решения задач; ошибки, показывающие неправильное понимание условия предложенного задания.*

- *негрубые ошибки: неточности формулировок, определений; нерациональный выбор хода решения.*

- *недочеты: нерациональные приемы выполнения задания; отдельные погрешности в формулировке выводов; небрежное выполнение задания.*

#### **Критерии формирования оценок по зачету с оценкой**

**«Отлично»** – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний, не допустил логических и фактических ошибок

**«Хорошо»** – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний; допустил незначительные ошибки и неточности.

**«Удовлетворительно»** – студент допустил существенные ошибки.

**«Неудовлетворительно»** – студент демонстрирует фрагментарные знания изучаемого курса; отсутствуют необходимые умения и навыки, допущены грубые ошибки