

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 28.01.2026 09:00:03
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.ДВ.02.02 Управление международной конкурентоспособностью
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Организационно - правовое регулирование международного бизнеса
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2022

Донецк

Автор-составитель ФОС:

Кулик Евгения Ивановна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности.

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Управление международной конкурентоспособностью»

1.1. Основные сведения о дисциплине

Таблица 1

Характеристика дисциплины (сведения соответствуют разделу РПД)

| | |
|---|--|
| Образовательная программа | бакалавр |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |
| Профиль | Организационно - правовое регулирование международного бизнеса |
| Количество разделов учебной дисциплины | 3 |
| Части образовательной программы | Дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.02.02 |
| Формы текущего контроля | Устный опрос, тестовые задания, ситуационные задания, доклад, реферат, индивидуальное задание, контроль знаний |
| Показатели | Заочная форма обучения |
| Количество зачетных единиц (кредитов) | 3 |
| Семестр | 7 |
| Общая трудоемкость (академ. часов) | 108 |
| Аудиторная работа: | 56 |
| Лекционные занятия | 18 |
| Семинарские занятия | 36 |
| Консультация | 2 |
| Самостоятельная работа | 52 |
| Контроль | 0 |
| Форма промежуточной аттестации | зачет |

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

| Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Элементы индикатора компетенции | Индекс элемента |
|--|---|--|-----------------|
| ПК-3. Способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий | ПК-3.6. Применяет различные методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг, инструменты создания системы управления конкурентоспособностью товаров и услуг и способов ее совершенствования, с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий | Знать: | |
| | | основные теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ, базовые стратегии конкуренции; | ПК-3.6 З-1 |
| | | методологию анализа конкурентоспособности на разных уровнях конкуренции; | ПК-3.6 З-2 |
| | | системы управления качеством и конкурентоспособностью. | ПК-3.6 З-3 |
| | | Уметь: | |
| | | применять методики оценки конкурентоспособности на разных уровнях конкуренции; | ПК-3.6 У-1 |
| | | обосновывать конкурентную стратегию предприятия на конкретных отраслевых рынках или сегментах. | ПК-3.6 У-2 |
| | | определять источники конкурентного преимущества на разных уровнях конкуренции | ПК-3.6 У-3 |
| | | Владеть: | |
| | | методиками оценки конкурентоспособности на разных уровнях конкуренции; | ПК-3.6 В-1 |
| | | инструментами для принятия управленческие решения по повышению конкурентоспособности предприятия | ПК-3.6 В-2 |
| | | методиками разработки системы управления конкурентоспособностью предприятия | ПК-3.6 В-3 |

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины | Номер семестра | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Наименование оценочного средства |
|---|---|----------------|---|--|
| Раздел 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ | | | | |
| 1. | Тема 1.1 Конкуренция в системе рыночной экономики | 7 | ПК-3.6 3-1, У-1 | Вопросы для самоконтроля, сообщение, разноуровневые задачи и задания |
| 2. | Тема 1.2. Конкурентная среда предприятия | 7 | ПК-3.6 3-1, У-1 | Вопросы для самоконтроля, сообщение, разноуровневые задачи и задания |
| 3. | Тема 1.3. Конкурентные стратегии предприятия | 7 | ПК-3.6 3-1, У-1. У-2 | Вопросы для самоконтроля, контроль знаний по разделу 1 |
| Раздел 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И УРОВНИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ | | | | |
| 4 | Тема 2.1 Конкурентоспособность и конкурентные преимущества | 7 | ПК-3.6 3-1 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| 5 | Тема 2.2. Государственное регулирование международной конкурентоспособности | 7 | ПК-3.6 3-2, У-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| 5 | Тема 2.3. Конкурентоспособность национальной экономики | 7 | ПК-3.6 3-2, У-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| 7 | Тема 2.4. Конкурентоспособность региона | 7 | ПК-3.6 3-2, У-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| 7 | Тема 2.5. Конкурентоспособность отрасли | 7 | ПК-3.6 3-2, У-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| | Тема 2.6. Конкурентоспособность предприятия | 7 | ПК-3.6 3-2, 3-3, У-2, У-3, В-2, В-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| | Тема 2.7. Конкурентоспособность товара (услуги) | 7 | ПК-3.6 3-2, 3-3, У-2, У-3, В-2, В-3 | Вопросы для самоконтроля, |

| | | | | |
|---|---|---|----------------------|---|
| | | | | контроль знаний по разделу 2 |
| Раздел 3. ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ | | | | |
| | Тема 3.1. Теоретические принципы управления международной конкурентоспособности предприятия | 7 | ПК-3.6 У-3, В-2, В-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| | Тема 3.2. Диагностика состояния международной конкурентоспособности предприятия | 7 | ПК-3.6 У-3, В-2, В-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| | Тема 3.3. Менеджмент качества как основа обеспечения конкурентоспособности предприятия | 7 | ПК-3.6 3-3 | Вопросы для самоконтроля, разноуровневые задачи и задания |
| | Тема 3.4. Разработка и обеспечение реализации программ повышения конкурентоспособности | 7 | ПК-3.6 У-3, В-2, В-3 | Вопросы для самоконтроля, контроль знаний по разделу 3 |

РАЗДЕЛ 2 Текущий контроль

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Таблица 2.1

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

| Наименование Раздела/Темы | Вид задания | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------|---------|----|----|------------------|-----|--------|-----|--|--|
| | | ПЗ / СЗ | | | Всего за тему | КЗР | Р (СР) | ИЗ* | | |
| | ЛЗ | УО | ТЗ | РЗ | | | | | | |
| Р.1.Т.1.1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 6 | 6 | 6 | | |
| Р.1.Т.1.2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | | | |
| Р.1.Т.1.3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | | | |
| Р.2.Т.2.1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 6 | | | | |
| Р.2.Т.2.2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | | | |
| Р.2.Т.2.3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | | | |
| Р.2.Т.2.4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
| P.2.T.2.5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| P.2.T.2.6 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| P.2.T.2.7 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| P.3.T.3.1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 6 | | |
| P.3.T.3.2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| P.3.T.3.3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| P.3.T.3.4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | | | |
| Итого: 1006 | 14 | 28 | 14 | 14 | 70 | 18 | 6 | 6 |

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ* – индивидуальное задание одно в семестр

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждой практического занятия проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

| <i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i> | <i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i> |
|--|---|
| РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ | |
| Тема 1.1. Конкуренция в системе рыночной экономики | 1. В чем заключается сущность конкуренции? 2. Кто является субъектом конкуренции на мировом рынке? 3. Что выступает объектом международной конкуренции? |

| | |
|--|---|
| | <p>4. При каких основных показателях состояния рынка может существовать конкуренция?</p> <p>5. Охарактеризуйте виды конкуренции.</p> <p>6. Когда возникла конкуренция как категория товарно-рыночной экономики?</p> <p>7. Когда возникли первые теоретические представления о движущей силе конкурентной борьбы?</p> <p>8. Какие основные формы конкуренции?</p> <p>9. Через какие функции проявляется положительная экономическая роль конкуренции?</p> <p>10. Какие уровни конкуренции?</p> <p>11. Какая бывает конкуренция в зависимости от степени свободы?</p> <p>12. Перечислите основные условия и положительные черты совершенной конкуренции.</p> <p>13. Какая конкуренция противоположна совершенной конкуренции?</p> <p>14. Чем отличается олигополистическая конкуренция от монополистической?</p> <p>15. Через признаки проявляется недобросовестная конкуренция?</p> <p>16. Охарактеризуйте основные методы осуществления недобросовестной конкуренции.</p> |
| Тема 1.2. Конкурентная среда предприятия | <p>1. Что представляет собой конкурентную среду предприятия?</p> <p>2. На анализ каких составляющих конкурентной среды направлена модель «пяти сил конкуренции» М. Портера?</p> <p>3. В каких формах реализуется государственная политика в сфере регулирования конкуренции?</p> <p>4. Какие основные движущие силы рынка обычно инициируют изменения условий конкуренции в отрасли?</p> <p>5. Какие факторы влияют на интенсивность соперничества между предприятиями (силы конкурентной борьбы)?</p> <p>6. С помощью каких методик и показателей определяется уровень интенсивности конкуренции на конкурентном рынке?</p> <p>7. Какие основные детерминанты определяют успех определенных отраслей (по М. Портеру)?</p> <p>8. Поясните понятие «национальный ромб».</p> <p>9. возможные конкурентные преимущества на основе только одного-двух детерминантов?</p> <p>10. Что более важно для получения и развития конкурентных преимуществ, запас факторов на данный момент, или скорость их создания?</p> <p>11. Существует ли иерархия факторов?</p> <p>12. Почему на внутреннем рынке в условиях развитого спроса должно получить апробацию новое изделие до момента выхода на мировой рынок?</p> <p>13. От каких составляющих «национального ромба» зависит влияние спроса на конкурентоспособность?</p> <p>14. Как влияет на конкурентоспособность предприятия наличие отраслям-поставщиков, конкурентные на мировом рынке?</p> <p>15. Как влияют национальные особенности на управление фирмой и на форму конкуренции между ними?</p> <p>16. Перечислите случайные события, которые имеют мало общего с условиями развития страны и влияют на которые, как правило</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>могут, ни фирмы ни правительство, но они могут существенно влиять на конкурентоспособность предприятия.</p> <p>17. Какую роль отводит Портер правительства в формировании национального конкурентного преимущества?</p> |
| Тема 1.3. Конкурентные стратегии предприятия | <ol style="list-style-type: none"> 1. Определите задачи стратегии международной конкурентоспособности предприятия. 2. Дайте характеристику пирамиды стратегий предприятия субъекта международной экономической деятельности. 3. По какому классификационному признаку стратегия международной конкурентоспособности предприятия является видом деловой активности? 4. По какому классификационному признаку осуществляется типологизация функционирования стратегий международной конкурентоспособности предприятия? 5. Раскройте основные черты стратегий международной конкурентоспособности предприятий первичных секторов экономики. 6. Определите роль операционных стратегий международной конкурентоспособности предприятия. 7. По какому классификационному признаку выделяется стратегия низких издержек? 8. Как делятся стратегии международной конкурентоспособности предприятия в зависимости от характера его конкурентного поведения на внешних рынках? 9. Раскройте и дайте характеристику принципов формирования стратегии международной конкурентоспособности предприятия. 10. Выясните роль диагностического этапа проекта разработки стратегии международной конкурентоспособности предприятия. 11. Определите роль стратегических направлений в иерархии целей внешнеэкономической деятельности предприятия. 12. В чем заключается главная особенность ресурсных преимуществ предприятия? 13. Какие инструменты используются для «продления жизни» ресурсных преимуществ предприятия? 14. Раскройте механизм формирования технологических отношений в отрасли. 15. По каким принципам осуществляется формирование технологического портфеля предприятия? |
| <p align="center">Раздел 2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И УРОВНИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ</p> | |
| Тема 2.1. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества | <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеризируйте основные признаки конкурентоспособности. 2. Какие существуют подходы к классификации конкурентоспособности? 3. Какими показателями характеризуется конкурентоспособность товара? 4. Какой смысл вкладывается в понятие «Ключевые факторы успеха»? 5. На какие основные три группы делятся параметры конкурентоспособности продукции? 6. В чем заключается сущность конкурентоспособности производителя? |

| | |
|--|---|
| | <p>7. Определите основные отличия между категориями конкурентоспособность товара и конкурентоспособность предприятия.</p> <p>8. Что относят к факторам внешней среды, к факторам внутренней среды?</p> <p>9. Что общего и отличного между рыночными факторами успеха и ключевыми компетенциями?</p> <p>10. Какими факторами определяется степень удовлетворения потребителя покупкой?</p> <p>11. Что такое «конкурентное преимущество предприятия»?</p> <p>12. Какими свойствами характеризуются конкурентные преимущества?</p> <p>13. В чем заключается сущность концепции «Цепи создания стоимости»?</p> <p>14. Какие разновидности конкурентных преимуществ выделяются по критериям «источники создания и возможности имитации»?</p> <p>15. В чем проявляется взаимосвязь базовых стратегий конкуренции и конкурентных преимуществ?</p> |
| <p>Тема 2.2. Государственное регулирование международной конкурентоспособности предприятия</p> | <p>1. Какой фактор определяет качество государственного регулирования международной конкурентоспособности предприятия?</p> <p>2. Раскройте сущностные элементы японской модели государственного регулирования конкурентоспособности.</p> <p>3. В чем заключается содержание структурной функции государственного регулирования конкурентоспособности?</p> <p>4. Раскройте содержание системной функции государственного регулирования конкурентоспособности.</p> <p>5. Дайте сравнительную характеристику прямых и косвенных методов государственного регулирования конкурентоспособности.</p> <p>6. В чем заключаются особенности программно-целевых методов государственного регулирования конкурентоспособности.</p> <p>7. Определите роль закона «необходимого разнообразия» в проектировании систем управления конкурентоспособностью.</p> <p>8. Дайте характеристику «организационно-усеченной» модели управления международной конкурентоспособностью.</p> <p>9. Какую функцию выполняет координатор системы управления международной конкурентоспособностью предприятия?</p> <p>10. Какие задачи решаются государственной системой управления международной конкурентоспособностью предприятия?</p> |
| <p>Тема 2.3. Конкурентоспособность национальной экономики</p> | <p>1. Перечислите детерминанты конкурентного преимущества в «национальном ромбе» М. Портера и представьте их характеристику.</p> <p>2. Раскройте роль государства в обеспечении конкурентоспособности экономики страны.</p> <p>3. Какова роль инноваций в обеспечении устойчивой конкурентоспособности национальной экономики?</p> <p>4. Охарактеризуйте существующие рейтинговые методы оценки конкурентоспособности экономики страны.</p> <p>5. Раскройте доминирующие факторы конкурентоспособности страны в условиях глобализации экономики.</p> <p>6. Какие существуют конкурентные преимущества страны</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Тема 2.4. Конкурентоспособность региона</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятию конкурентоспособность региона. 2. Охарактеризуйте классификацию целей конкурентоспособности региона. 3. Определите сущность понятия конкурентное преимущество региона. 4. Опишите классификацию конкурентных преимуществ региона. 5. Какие группы факторов лежат в основе реальных и потенциальных конкурентных преимуществ региона. 6. Перечислите показатели фактического уровня конкурентоспособности региона. 7. Перечислите основные направления повышения конкурентоспособности регионов |
| <p>Тема 2.5: Конкурентоспособность отрасли</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Какова сущность понятия конкурентоспособность отрасли? 2. Дайте общую характеристику конкурентоспособности отрасли 3. От чего зависит значимость конкретного вида конкурентного преимущества для каждой. 4. Охарактеризуйте конкурентные преимущества отрасли: 5. Что позволяют конкурентные преимущества отрасли? 6. Что является результатами конкурентных преимуществ отрасли? 7. Что является основой для оценки отраслевой конкурентоспособности? 8. Назовите стадии жизненного цикла отрасли. 9. Охарактеризуйте стадии жизненного цикла отрасли. 10. Назовите определяющие показатели конкурентоспособности отрасли 11. Охарактеризуйте классификацию факторов конкурентоспособности отрасли. 12. Перечислите факторы, которые влияют на международную конкурентоспособность отрасли 13. Из каких групп состоит «Карта конкурентоспособности» секторов промышленности 14. Охарактеризуйте группы «Карта конкурентоспособности» секторов промышленност |
| <p>Тема 2.6 Конкурентоспособность предприятия</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Что необходимо учитывать при выходе предприятия на внешний рынок? 2. В чем заключается сущность международной конкурентоспособности, какие наиболее распространенные определения существуют? 3. Перечислите основные принципы международной конкурентоспособности. 4. В чем могут проявляться нововведения? 5. Проясните, каким образом конкурентные преимущества касаются всей системы создания ценностей? 6. Какие на практике существуют примеры того, что конкурентное преимущество поддерживается только благодаря непрерывным улучшением. 7. Какие источники поддержки конкурентных преимуществ? 8. Охарактеризуйте основные проявления недобросовестной конкуренции со стороны иностранных конкурентов на внутреннем рынке. |

| | |
|--|---|
| | <p>9. Какие факторы формирования международной конкурентоспособности предприятия в зависимости от места возникновения?</p> <p>10. Охарактеризуйте основные факторы формирования международной конкурентоспособности предприятия в зависимости от источника возникновения.</p> <p>11. Какие вы знаете факторы формирования международной конкурентоспособности предприятия в зависимости от характера происхождения?</p> <p>12. От чего зависит значимость влияния международных факторов на уровень международной конкурентоспособности предприятия?</p> <p>13. Перечислите последовательно степени участия предприятия в международном бизнесе.</p> <p>14. Назовите основные стадии интернационализации деятельности предприятия.</p> <p>15. Охарактеризуйте шесть стадий международного жизненного цикла товара.</p> |
| Тема 2.7: Конкурентоспособность товара | <p>1. Назовите сущность и отличия продукции и товара потенциальной конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности товара.</p> <p>2. Охарактеризуйте подходы к определению сущности понятия конкурентоспособность продукции.</p> <p>3. Каковы основные факторы конкурентоспособности продукции.</p> <p>4. Дайте классификацию методов оценки конкурентоспособности товаров.</p> <p>5. Охарактеризуйте показатели оценки уровня конкурентоспособности товара, предлагаемые различными авторами.</p> <p>6. Приведите методику оценки уровня конкурентоспособности товара методом радара.</p> <p>7. Какова сущность оценки уровня конкурентоспособности товара с использованием метода верхнего предела цены.</p> <p>8. Перечислите основные принципы прогнозирования конкурентоспособности продукции. Охарактеризуйте этапы прогнозирования конкурентоспособности продукции</p> |
| Раздел 3. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ | |
| Тема 3.1. Теоретические принципы управления международной конкурентоспособности предприятия | <p>1. Определите объект управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>2. Охарактеризуйте субъекты управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>3. Раскройте функциональное содержание управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>4. Опишите специфические признаки и черты управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>5. Какие основные факторы обуславливают необходимость и важность стратегического подхода к управлению международной конкурентоспособностью предприятия?</p> <p>6. Дайте определение механизма управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>7. Опишите концептуальную модель механизма управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>8. Определите базовые характеристики процесса управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>9. Иерархическая структура системы управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>10. В чем заключается цель и содержание стратегического анализа (диагностики) в процессе управления международной конкурентоспособностью предприятия.</p> |
| Тема 3.2. Диагностика состояния международной конкурентоспособности предприятия | <p>1. В чем состоит основная задача диагностики состояния международной конкурентоспособности предприятия.</p> <p>2. Охарактеризуйте первый этап диагностического исследования, и какие существуют целесообразные способы создания информационной базы исследования.</p> <p>3. Какова основная задача второго этапа диагностики, а именно идентификация общего уровня международной конкурентоспособности предприятия?</p> <p>4. Какова основная цель проведения третьего этапа диагностики, то есть прогнозирование последствий возникновения проблемы международной конкурентоспособности предприятия.</p> <p>5. На чем должны основываться исследования и оценка потенциала решения проблемы конкурентоспособности, то есть четвертая стадия диагностики.</p> <p>6. Охарактеризуйте государственные и научные методы диагностики международной конкурентоспособности предприятия.</p> <p>7. На что направлены методические подходы к проведению анализа международной конкурентоспособности предприятия в зависимости от базы и средств формирования ключевых активов и топ характеристик?</p> <p>8. На чем основываются современные методические подходы в зависимости от информационного обеспечения анализа и оценки международной конкурентоспособности предприятия?</p> <p>9. Какие методические подходы используют в зависимости от методики исследования показателей состояния международной конкурентоспособности предприятия?</p> <p>10. Охарактеризуйте методические подходы, используемые в зависимости от технологии исследования состояния международной конкурентоспособности предприятия и формирования выводов.</p> <p>11. Охарактеризуйте показатели диагностики состояния международной конкурентоспособности в зависимости от функционального направления.</p> <p>12. Охарактеризуйте внешнюю среду на уровне: кредо или миссии предприятия, отрасли, макросреды.</p> <p>13. Раскройте сущность основных этапов процесса диагностики внешней среды.</p> |
| Тема 3.3. Менеджмент качества как основа обеспечения конкурентоспособности предприятия | <p>1. Каковы современные принципы менеджмента качества?</p> <p>2. Почему «петлю качества» иногда называют «спиралью»?</p> <p>3. Которые выделяют функции управления качеством?</p> <p>4. то собой представляет схема управления качеством в организации по циклу Деминга.</p> <p>5. Охарактеризуйте понятия, принципы и условия реализации концепции всеобщего управления качеством (TQM).</p> |

| | |
|---|---|
| | 6. Какие особенности имеют известные модели оценки предприятий по критериям премий качества: США, Японии, стран Европы? 7. Каково назначение и структуру имеют стандарты ISO 9000, QS 9000, GMP? 8. Какую структуру имеет система управления качеством предприятия? 9. Какие существуют виды сертификации и какие органы могут осуществлять эту процедуру? 10. Приведите понятие и виды аудита качества |
| Тема 3.4. Разработка и обеспечение реализации программы повышения конкурентоспособности | 1. Что представляет собой программа повышения конкурентоспособности? 2. Какие принципы полагаются в основу управления разработкой и реализацией программы повышения конкурентоспособности? 3. Охарактеризуйте основные средства повышения конкурентоспособности предприятия. 4. Каковы наиболее распространенные групповые формы повышения конкурентоспособности? 5. Какие общие действия охватывает процесс разработки и реализации программы повышения конкурентоспособности предприятия? 6. Каковы внешние и внутренние предпосылки, определяющие необходимость разработки программ повышения конкурентоспособности? 7. Какие стадии охватывает процесс разработки программы повышения конкурентоспособности? 8. С какими существенными рисками связана реализация программы повышения конкурентоспособности. 9. Охарактеризуйте составляющие и последовательность контроля программы (проекта) повышение конкурентоспособности. |

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Управление международной конкурентоспособностью».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛАМ

Раздел 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Вариант 1

1. Предметом теории управления международной конкурентоспособностью предприятия являются:

- а) проблемы, связанные с привлечением дополнительных средств, необходимых для поддержания уровня конкурентоспособности;
- б) проблемы, связанные с достижением достаточной прибыльности предприятия необходимой для поддержания уровня конкурентоспособности;
- в) проблемы связанные с организационно-управленческим механизмом формирования и поддержания уровня конкурентоспособности;
- г) проблемы связанные с организационно-управленческой структурой предприятия необходимой для поддержания уровня конкурентоспособности.

2. Конкурентоспособность товара - это:

- а) совокупность качественных характеристик товара, которые обеспечивают удовлетворение массового потребителя;
- б) совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которые обеспечивает удовлетворение конкретной потребности потребителя;
- в) совокупность практических и технических характеристик товара, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности потребителя;
- г) совокупность специфических свойств товара, которые обеспечивают удовлетворение конкретного потребителя.

3. Основными признаками конкурентоспособности является (Указать неверный ответ)

- а) релевантный характер; в) временной характер;
- б) относительный характер; г) качественный характер.

4. К принципам международной конкурентоспособности не относится:

- а) конкурентное преимущество поддерживается только благодаря непрерывным улучшениям;
- б) конкурентное преимущество в своей основе следует из улучшаемой и нововведений;
- в) конкурентное преимущество касается всей системы сбытовой деятельности;
- г) поддержка преимущества нуждается в совершенствовании ее источников.

5. Индекс глобальной конкурентоспособности определяет:

- а) Всемирная торговая организация;
- б) Международный валютный фонд;
- в) Организация Объединенных Наций;
- г) Всемирный экономический форум.

6. Микроуровень конкуренции - это:

- а) конкуренция между предприятиями одной отрасли;
- б) конкуренция между предприятиями разных отраслей;
- в) конкуренция стран и региональных группировок;
- г) конкуренция отраслей разных стран.

7. Мезоуровень конкуренции - это

- а) конкуренция между предприятиями одной отрасли;
- б) конкуренция между предприятиями разных отраслей;
- в) конкуренция стран и региональных группировок;
- г) конкуренция отраслей разных стран.

8. Комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые выгодно отличают его по сравнению с аналогичными товарами других отечественных и зарубежных партнеров, это

- а) конкурентоспособность; в) конкурентная стратегия;
- б) конкурентная стратегия; г) конкурентный механизм.

9. Результатом конкуренции на мезоуровень являются:

- а) установление средней нормы прибыли в экономике в целом;
- б) создание лучших условий для бизнеса;

- в) повышение качества жизни населения;
- г) формирование средней цены производства в отрасли в целом.

10. Результатом конкуренции на микроуровне являются:

- а) установление средней нормы прибыли в экономике в целом;
- б) создание лучших условий для бизнеса;
- в) повышение качества жизни населения;
- г) формирование средней цены производства в отрасли в целом.

11. К преимуществам более высокого порядка относятся:

- а) фирменные знаки; в) профессиональные способности работников;
- б) стоимость основных фондов; г) особый производственный процесс.

12. Преимущества более низкого порядка:

- а) не нуждаются в владения внутренними техническими возможностями;
- б) не могут быть воспроизведены путем копирования;
- в) статические и пассивные;
- г) требуют больших капиталовложений.

13. Свойства страны, которые в которых конкурируют предприятия: (Указать неверный ответ)

- а) условия предложения; в) родственные и поддерживающие отрасли;
- б) факторные условия; г) условия спроса.

14. Наиболее значимая и устойчивое конкурентное преимущество образуется когда страна наделена одновременно фактора производства:

- а) общими и специализированными
- б) развитыми и специализированными;
- в) основными и развитыми;
- г) Общая и основными

15. Повний жизненный цикл в международных масштабах как правило проходит продукция:

- а) промышленных отраслей;
- б) интеллектуальная;
- в) долгосрочного использования;
- г) материалоемких отраслей.

16. Перспективни рынки, это рынки которые всегда имеют высокие входные барьеры: (указать неверный ответ)

- а) значительное регулирования со стороны государства;
- б) неприветливы покупатели;
- в) дешевая система снабжения;
- г) небольшое количество альтернативных отраслей.

17. Выбор конкурентной стратегии на мировом рынке в первую очередь зависит от того:

- а) кто руководит фирмой;
- б) где находится рыночная ниша;
- в) на сколько осведомлены сотрудники фирмы относительно стратегии;
- г) использует фирма новейшие технологии.

18. Якому типу базовой стратегии соответствует следующая характеристика: средний размер компании, высокая экономическая устойчивость и высокие расходы на НИОКР?

- а) виоленты; в) коммутанты;
- б) пациенты; г) экспелеренты.

19. Какой тип базовой стратегии соответствует следующая характеристика: большой размер компании, развитая сбытовая сеть, доступная цена при хорошем качестве?

- а) виоленты; в) коммутанты;

б) пациенты; г) экспелеренты.

20. Основной сущностью стратегии виолент: -

- а) опираясь на свою огромную силу, фирма пытается доминировать на обширном рынке;
- б) лучше приспособленность к удовлетворению небольших по объему нужд конкретного клиента;
- в) созданием новых преобразованием старых сегментов рынка;
- г) сосредоточение усилий на выпуске специализированной продукции, пользующейся ограниченным спросом.

21. Основная сущность стратегии пациент:

- а) опираясь на свою огромную силу, фирма пытается доминировать на объемном рынке;
- б) лучше приспособленность к удовлетворению небольших по объему нужд конкретного клиента;
- в) созданием новых или совета Кальней преобразованием старых сегментов рынка;
- г) сосредоточение усилий на выпуске специализированной продукции, пользующейся ограниченным спросом.

22. Одной из наиболее эффективных средств защиты от конкуренции для компании пациент есть

- а) применение низких цен;
- б) массовое производство;
- в) высокое качество;
- г) дифференцирования продукции.

23. Локальные потребности местного населения характеризуются: (Указать неверный ответ)

- а) небольшие по размеру;
- б) многочисленные по запросам;
- в) почти не меняющиеся;
- г) жизненно важны.

24. Какой вариант работы на рынке не соответствует фирме-«коммутант»:

- а) широкая сбытовая сеть;
- б) традиционные отрасли;
- в) выполнение функций субпоставщика;
- г) выпуск товаров и услуг, копируя чужую продукцию.

25. Чинники дестабилизирующие работу фирмы- «экспелерента»: (Указать неверный ответ)

- а) высокие затраты на начальном этапе;
- б) большие объемы финансирования;
- в) высокий риск банкротства;
- г) неожиданные изменения конъюнктуры рынка.

26. Факторы которые дестабилизируют работу фирмы- «пациент»:

- а) неожиданное изменение конъюнктуры мирового рынка;
- б) высокий риск банкротства;
- в) конкуренты концентрируют свою работу в подсегменте рынке и постепенно вытесняют компании;
- г) большой объем финансирования.

27. К преимуществам компании- «виолент» не относится:

- а) наличие небольшого количества резервов;
- б) получение сверхприбыли;
- в) локализация рынка;
- г) вытеснения товаров-субституттов.

2.8. К преимуществам компании - «экспелирент» не относится:

- а) локализация рынка;
- б) отсутствие товаров заменителей;

- в) создание имиджа первопроходца;
- г) новатор в области.

29. Какие характерные черты фирмы виолент на стадии «горные львы»?

- а) слабая диверсификация производства;
- б) особо крупные размеры;
- в) потеря темпов развития;
- г) наличие зарубежных филиалов.

30. Какие характерные черты фирмы виолент на стадии «могучие слоны»?

- а) лидер технологического развития в отрасли;
- б) быстрый рост;
- в) начало диверсификации производства;
- г) потеря темпов развития.

Вариант 2

1. Конкурентоспособность товара - это:

- а) совокупность качественных характеристик товара, которые обеспечивают удовлетворение массового потребителя;
- б) совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которые обеспечивает удовлетворение конкретной потребности потребителя;
- в) совокупность практических и технических характеристик товара, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности потребителя;
- г) совокупность специфических свойств товара, которые обеспечивают удовлетворение конкретного потребителя.

2. Основными признаками конкурентоспособности является (Указать неверный ответ)

- а) релевантный характер;
- б) относительный характер;
- в) временной характер;
- г) качественный характер.

3. Предметом теории управления международной конкурентоспособностью предприятия являются:

- а) проблемы связанные с привлечением дополнительных средств, необходимых для поддержания уровня конкурентоспособности;
- б) проблемы связанные с достижением достаточной прибыльности предприятия необходимой для поддержания уровня конкурентоспособности;
- в) проблемы связанные с организационно-управленческим механизмом формирования и поддержания уровня конкурентоспособности;
- г) проблемы связанные с организационно-управленческой структурой предприятия необходимой для поддержания уровня конкурентоспособности.

4. Индекс глобальной конкурентоспособности определяет:

- а) Всемирная торговая организация;
- б) Международный валютный фонд;
- в) Организация Объединенных Наций;
- г) Всемирный экономический форум.

5. К принципам международной конкурентоспособности не относится:

- а) конкурентное преимущество поддерживается только благодаря непрерывным улучшением;
- б) конкурентное преимущество в своей основе следует из улучшаемой и нововведений;
- в) конкурентное преимущество касается всей системы сбытовой деятельности;
- г) поддержка преимущества нуждается в совершенствовании ее источников.

6. Микроуровень конкуренции - это:

- а) конкуренция между предприятиями одной отрасли;
- б) конкуренция между предприятиями разных отраслей;
- в) конкуренция стран и региональных группировок;

г) конкуренция отраслей разных стран.

7. Результатом конкуренции на микроуровне являются:

- а) установление средней нормы прибыли в экономике в целом;
- б) создание лучших условий для бизнеса;
- в) повышение качества жизни населения;
- г) формирование средней цены производства в отрасли в целом.

8. Мизоривень конкуренции - это

- а) конкуренция между предприятиями одной отрасли;
- б) конкуренция между предприятиями разных отраслей;
- в) конкуренция стран и региональных группировок;
- г) конкуренция отраслей разных стран.

9. Результатом конкуренции на мизоривни являются:

- а) установление средней нормы прибыли в экономике в целом;
- б) создание лучших условий для бизнеса;
- в) повышение качества жизни населения;
- г) формирование средней цены производства в отрасли в целом.

10. Комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые выгодно отличают его по сравнению с аналогичными товарами других отечественных и зарубежных партнеров, это

- а) конкурентоспособность; в) конкурентная стратегия;
- б) конкурентная стратегия; г) конкурентный механизм.

11. Наиболее значимая и устойчивое конкурентное преимущество образуется когда страна наделена одновременно фактора производства:

- а) общими и специализированными
- б) развитыми и специализированными;
- в) основными и развитыми;
- г) .Общая и основными

12. Свойства страны которые в которых конкурируют предприятия: (Указать неверный ответ)

- а) условия предложения;
- б) факторные условия;
- в) родственные и поддерживающие отрасли;
- г) условия спроса.

13. К преимуществам более высокого порядка относятся:

- а) фирменные знаки; в) профессиональные способности работников;
- б) стоимость основных фондов; г) особый производственный процесс.

14. Преимущества более низкого порядка:

- а) не нуждаются в владения внутренними техническими возможностями;
- б) не могут быть воспроизведены путем копирования;
- в) статические и пассивные;
- г) требуют больших капиталовложений.

15. Перспективни рынки, это рынки которые всегда имеют высокие входные барьеры: (указать неверный ответ)

- а) значительное регулирования со стороны государства;
- б) неприветливы покупатели;
- в) дешевая система снабжения;
- г) небольшое количество альтернативных отраслей.

16. Повний жизненный цикл в международных масштабах как правило проходит продукция:

- а) промышленных отраслей; в) долгосрочного использования;
- б) интеллектуальная; г) материалоемких отраслей.

17. Выбор конкурентной стратегии на мировом рынке в первую очередь зависит от того:

- а) кто руководит фирмой;
- б) где находится рыночная ниша;
- в) на сколько осведомлены сотрудники фирмы относительно стратегии;
- г) использует фирма новейшие технологии.

18. Какой тип базовой стратегии соответствует следующая характеристика: большой размер компании, развитая сбытовая сеть, доступная цена при хорошем качестве?

- а) виоленты; в) коммутанты;
- б) пациенты; г) экспелеренты.

19. Одной из наиболее эффективных средств защиты от конкуренции для компании пациент есть

- а) применение низких цен;
- б) массовое производство;
- в) высокое качество;
- г) дифференцирования продукции.

20. Основной сущностью стратегии виолент: -

- а) опираясь на свою огромную силу, фирма пытается доминировать на обширном рынке;
- б) лучше приспособленность к удовлетворению небольших по объему нужд конкретного клиента .;
- в) созданием новых или преобразованием старых сегментов рынка;
- г) сосредоточение усилий на выпуске специализированной продукции, пользующейся ограниченным спросом.

21. Якому типу базовой стратегии соответствует следующая характеристика: средний размер компании, высокая экономическая устойчивость и высокие расходы на НИОКР?

- а) виоленты; в) коммутанты;
- б) пациенты; г) экспелеренты.

22. Основная сущность стратегии пациент:

- а) опираясь на свою огромную силу, фирма пытается доминировать на обширном рынке;
- б) лучше приспособленность к удовлетворению небольших по объему нужд конкретного клиента;
- в) созданием новых или советаКальней преобразованием старых сегментов рынка;
- г) сосредоточение усилий на выпуске специализированной продукции, пользующейся ограниченным спросом.

23. Локальные потребности местного населения характеризуются: (Указать неверный ответ)

- а) небольшие по размеру;
- б) многочисленные по запросам;
- в) почти не меняющиеся;
- г) жизненно важны.

24. Какой вариант работы на рынке не соответствует фирме-«коммутант»:

- а) широкая сбытовая сеть;
- б) традиционные отрасли;
- в) выполнение функций субпоставщика;
- г) выпуск товаров и услуг, копируя чужую продукцию.

25. Чинники дестабилизирующие работу фирмы- «экспелерента»: (Указать неверный ответ)

- а) высокие затраты на начальном этапе;
- б) большие объемы финансирования;
- в) высокий риск банкротства;

г) неожиданные изменения конъюнктуры рынка.

26. К преимуществам компании- «виолент» не относится:

- а) наличие небольшого количества резервов;
- б) получение сверхприбыли;
- в) локализация рынка;
- г) вытеснения товаров-субститутов.

27. Факторы которые дестабилизируют работу фирмы- «пациент»:

- а) неожиданное изменение конъюнктуры мирового рынка;
- б) высокий риск банкротства;
- в) конкуренты концентрируют свою работу в подсегменте рынке и постепенно вытесняют компании;
- г) большой объем финансирования.

28. Какие характерные черты фирмы виолент на стадии «могучие слоны»?

- а) лидер технологического развития в отрасли;
- б) быстрый рост;
- в) начало диверсификации производства;
- г) потеря темпов развития.

29. К преимуществам компании- «экспелирент» не относится:

- а) локализация рынка;
- б) отсутствие товаров заменителей;
- в) создание имиджа первопроходца;
- г) новатор в области.

30. Какие характерные черты фирмы виолент на стадии «горные львы»?

- а) слабая диверсификация производства;
- б) особо крупные размеры;
- в) потеря темпов развития;
- г) наличие зарубежных филиалов.

Раздел 2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вариант 1

1. Объектом управления международной конкурентоспособностью предприятия являются:

- а) уровень международной неплатежеспособности предприятия;
- б) жизнеспособность предприятия как субъекта международной конкуренции;
- в) уровень международной конкурентоспособности, необходимой и достаточной для обеспечения жизнеспособности предприятия как субъекта международной конкуренции;
- г) уровень международной конкурентоспособности, необходимой и достаточной для обеспечения минимальной прибыли предприятия.

2. Субъектами Управления международной конкурентоспособностью предприятия являются: (Указать одну неверный ответ)

- а) специалисты торгово-промышленной палаты;
- б) владелец предприятия;
- в) линейные менеджеры;
- г) менеджеры экономисты консалтинговой фирмы.

3. Управления международной конкурентоспособностью предприятия - это система обеспечения жизнеспособности предприятия как субъекта международной конкуренции, которая состоит из ... (Укажите правильное окончание)

- а) функциональных подсистем в соответствии со сферой его внешнеэкономической деятельности;
- б) последовательного маркетингового исследования;
- в) обеспечение гибкости действий и решений;
- г) использование положительных внешних факторов воздействия.

4. Функция "организация" обеспечивает:

- а) разработку средств реализации цели управления международной конкурентоспособностью;
- б) практическую реализацию принятых планов и программ;
- в) цель управления международной конкурентоспособностью предприятия;
- г) надзор и проверку соответствия реального и желаемого уровней.

5. Самые высокие уровни организации системы Управления международной конкурентоспособностью предприятия являются:

- а) государственное регулирование;
- б) международное регулирование;
- в) межгосударственное регулирование;
- г) микроэкономическое регулирование.

6. Составной внешнеторговой политики являются: (Указать одну неверный ответ)

- а) таможенно-тарифное регулирование;
- б) режим квотирования и лицензирования импорта;
- в) внедрение государственных норм и стандартов;
- г) информационная, консультативная и рекламная поддержка.

7. История государственного регулирования международной конкурентоспособностью берет свое начало с:

- а) американской модели;
- б) японской модели;
- в) европейской модели;
- г) азиатской модели.

8. Внутренняя подсистема информационной базы исследования должна давать полное и объективное представление о: (Указать неверный ответ)

- а) структуры внешних операций предприятия;
- б) объемов и сроков выполнения внешних операций предприятия;
- в) правового поля конкуренции;
- г) финансовых платежей.

9. Результатом идентификации общего уровня международной конкурентоспособности предприятия должна быть:

- а) ранжированный перечень наиболее существенных негативных и позитивных факторов внешней и внутренней среды;
- б) полное и объективное представление о рыночно-товарной и пространственно-временной структуры внешнего рынка;
- в) мониторинг внешней среды предприятия;
- г) база данных публичной отчетности предприятия.

10. Государственные методы диагностики международной конкурентоспособности предприятия характеризуются следующими признаками: (Указать неверный ответ)

- а) утверждаются органами государственного управления;
- б) обязательные для использования в определенных ситуациях;
- в) перечень четко определен;

г) используются отдельными предприятиями.

11. Ретроспективный анализ определенных показателей предусматривает:

- а) сопоставление значений определенных показателей с аналогичными показателями конкурентов;
- б) изучение показателей в динамике и построение динамического ряда;
- в) сравнение значений показателей с определенным ориентиром;
- г) применение индексного метода анализа.

12. Индексный метод исследования конкурентного состояния субъекта ВЭД активно используется:

- а) международными организациями;
- б) государственными органами;
- в) предприятиями субъектами ВЭД
- г) совместными предприятиями.

13. Наиболее распространенным методическим подходом в исследовании уровня конкурентоспособности в зарубежной практике являются:

- а) индексный метод,
- б) графический метод;
- в) статистический метод;
- г) корреляционный метод.

14. К показателям характеризующих состояние внутренней среды относятся:
(Указать неверный ответ)

- а) состояние и структура активов предприятия;
- б) уровень входного барьера;
- в) технико-технологический уровень активов предприятия;
- г) уровень организационно-управленческих активов.

15. Внешняя среда на уровне кредо или миссии предприятия включает: (Указать неверный ответ)

- а) поставщиков;
- б) потребителей;
- в) потенциальных инвесторов;
- г) государственные органы управления.

16. Этап идентификации текущих активов предприятия в процессе диагностики внутренней среды предприятия связан с:

- а) анализом видов, структуры, потоков и запасов активов, их ценности и важности в обеспечении эффективного функционирования предприятия;
- б) выявлением наиболее значимых активов как базы воспроизводства (наращивание) международной конкурентоспособности предприятия;
- в) определением текущего запаса, разрыва и потребностей ключевых активах, формирования стратегий их развития (разработки);
- г) выявлением взаимосвязей текущих активов с операционными процессами.

17. К параметрам, которые определяют конкурентоспособность товара, не относятся:

- а) нормативные параметры; в) технологические параметры;
- б) технические параметры; г) экономические параметры.

18. Экономические параметров конкурентоспособности связаны: (указать неверный ответ)

- а) с определением норм и стандартов;

- б) с покупательной способностью товара;
- в) с областью применения товара;
- г) с затратами покупателя на продукцию.

19. Для товаров индивидуального использования прогноз рынка строится на данных опроса:

- а) партнеров;
- б) продавцов;
- в) экспертов;
- г) покупателей.

20. К товарам, собственного использования, не относятся:

- а) товары длительного пользования;
- б) товары особого спроса;
- в) интеллектуальные продукты;
- г) услуги-действия.

21. Полный жизненный цикл в международных масштабах как правило проходит продукция:

- а) промышленных отраслей;
- б) интеллектуальная;
- в) долгосрочного использования;
- г) материалоемких отраслей

22. Основным органом, который проводит исследования и реализует политику в сфере конкуренции, выступает?

- а) Европейский суд;
- б) Европейский парламент;
- в) Европейская комиссия;
- г) Европейский совет.

23. Запрет на создание картельных и монопольных объединений была зафиксирована:

- а) в Римском договоре;
- б) в Люксембургском договоре;
- в) в Парижском договоре;
- г) в Брюссельском договоре.

24. В антиконкурентных договоренностей не относится:

- а) ограничение или контроль за государственной помощью;
- б) прямое или опосредованное фиксирования закупочных цен;
- в) ограничение или контроль за производством;
- г) распределение рынков или источников.

25. Комиссия получила право контроля за слияниями в случае если:

- а) совокупный глобальный оборот превышал 25000000000. экю;
- б) обращение превышал 100 млн. экю хотя бы в трех государствах-членах;
- в) две фирмы-участницы слияния имели товарооборот 25 млн. экю и более во всех государствах-членах;
- г) все ответы верны.

1. Главная задача управления международной конкурентоспособностью предприятия

- а) обеспечение достаточного уровня международной платежеспособности предприятия;
- б) обеспечение жизнеспособности и устойчивого функционирования предприятия;
- в) обеспечение рентабельной деятельности;
- г) обеспечение финансовой устойчивости.

2. Управление международной конкурентоспособностью предприятия должно быть направленным на: (Указать одну неверный ответ)

- а) использование положительных внешних факторов влияния;
- б) воспроизведение и наращивание конкурентоспособности;
- в) обеспечение гибкости управленческих действий и решений;
- г) сочетание микроэкономических интересов отдельного предприятия с интересами других предприятий при экономическом взаимодействии.

3. Функция "целое состояние" определяет:

- а) разработку средств реализации цели управления международной конкурентоспособностью;
- б) практическую реализацию принятых планов и программ;
- в) цель управления международной конкурентоспособностью предприятия;
- г) надзор и проверку соответствия реального и желаемого уровней.

4. Формирование механизма Управления международной конкурентоспособностью предприятия основывается на принципах, должны отражать: (Указать одну неверный ответ)

- а) реальное состояние системы управления;
- б) характер и особенности ВЭД предприятия;
- в) продолжительность времени синтеза новой или реорганизации действующей системы управления;
- г) направления национальной системы регулирования ВЭД.

5. В функциональной структуры государственного механизма регулирования международной конкуренции не относятся:

- а) защита национального рынка от иностранной конкуренции;
- б) содействие развитию национальной экономики;
- в) регулирование предприятий субъектов ВЭД
- г) поддержка национальных товаропроизводителей на внешних рынках.

6. Поддержка национального товаропроизводителя на внешнем рынке осуществляется на основе применения таких инструментов: (Указать одну неверный ответ)

- а) режим квотирования и лицензирования;
- б) льготное кредитование;
- в) государственное страхование кредитов;
- г) прямое субсидирование деятельности.

7. К методам государственного регулирования конкурентоспособности не относится

- а) административно-правовые;
- б) программно-целевые;
- в) научно-технические;
- г) прямые.

8. Внешняя подсистема информационной базы исследования должна давать полное и объективное представление о: (Указать неверный ответ)

- а) структуры рынка;
- б) уровня фрагментированности рынка;
- в) социокультурного поля конкуренции;
- г) структуры внешних операций предприятия.

9. Целью прогнозирования последствий возникновения проблем международной конкурентоспособности предприятия являются:

- а) нейтрализация и ограничения количества негативных факторов, обуславливающих возникновение проблемы;
- б) оценка рыночных и финансово-экономических последствий возникновения и распространения проблемы;
- в) формирование качественной информационной базы, которая обуславливает выбор методов исследования;
- г) формирование защиты от негативных факторов влияния.

10. Научные методы анализа и оценки состояния международной конкурентоспособности предприятия характеризуются следующими признаками:
(Указать неверный ответ)

- а) обязательны, для использования в определенных ситуациях;
- б) предлагаются для использования специалистами-аналитиками;
- в) не являются обязательными для применения;
- г) используются на выбор.

11. Эталонный анализ определенных показателей предусматривает:

- а) сопоставление значений определенных показателей с аналогичными показателями конкурентов;
- б) изучение показателей в динамике и построение динамического ряда;
- в) сравнение значений показателей с определенным ориентиром;
- г) применение индексного метода анализа.

12. В этапов жизненного цикла конкурентных преимуществ относятся:

- а) зарождение, рост, зрелость, спад;
- б) зарождения, роста, торможение роста, зрелость, спад;
- в) зарождение, рост, торможение роста, зрелость, спад, банкротство;
- г) возникновения идеи, зарождения, роста, торможение роста, зрелость, спад, банкротство.

13. К показателям характеризующих состояние внешней среды относятся: (Указать неверный ответ)

- а) общий объем трансграничных операций предприятия на данном внешнем рынке;
- б) импортная емкость целевого внешнего рынка;
- в) уровень концентрации рынка;
- г) импортная зависимость целевого внешнего рынка.

14. Макросреда бизнеса предприятия включает следующие сегменты: (Указать неверный ответ)

- а) политический;
- б) социокультурный;
- в) эколого-экономический;
- г) правовой.

15. Наиболее известной моделью анализа конкурентного внешнего рынка являются:

- а) модель «расширенного соперничества» Херфиндела-Хиршмана;
- б) модель Розенблюта;

- в) модель «пяти сил» Портера;
- г) модель Равенскрафта.

16. Этап идентификации ключевых активов предприятия в процессе диагностики внутренней среды предприятия связан с:

- а) выявлением наиболее значимых активов как базы воспроизводства (наращивание) международной конкурентоспособности предприятия;
- б) определением текущего запаса, разрыва и потребностей ключевых активах, формирования стратегий их развития (разработки);
- в) выявлением взаимосвязей текущих активов с операционными процессами;
- г) анализом видов, структуры, потоков и запасов активов, их ценности и важности в обеспечении эффективного функционирования предприятия.

17. Комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые выгодно отличают его по сравнению с аналогичными товарами других отечественных и зарубежных партнеров, это

- а) конкурентоспособность;
- б) конкурентная стратегия;
- в) конкурентная стратегия;
- г) конкурентный механизм.

18. В организационных параметрах конкурентоспособности относится: (указать неверный ответ)

- а) система скидок;
- б) условия поставки;
- в) условия платежа;
- г) срок и условия гарантии.

19. Интегральный показатель конкурентоспособности отражает:

- а) совокупность конкурентных преимуществ;
- б) различия между товаром, который мы сравниваем, и товаром-образцом с точки зрения покупателя;
- в) соотношение конкурентных преимуществ между товаром, который мы сравниваем, и товаром-образцом;
- г) соотношение цены потреблением товара.

20. Какой стадии жизненного цикла товаров отвечает: отлаженные производство и реклама, сформированные каналы товародвижения

- а) стадии зарождению;
- б) стадии развития;
- в) стадии зрелости;
- г) стадии упадка.

21. Принципами которой политики предусмотрена ликвидация искажений, как государственного так и частного характер, на рынке?

- а) политики в сфере конкуренции;
- б) социальной политики;
- в) экологической политики;
- г) торговой политики.

22. В странах Западной Европы законодательство относительно поощрения конкуренции возникло:

- а) согласно Парижского договора;

- б) согласно Римского договора;
- в) после образования Европейского сообщества угля и стали;
- г) до образования Европейского сообщества угля и стали.

23. Римский договор (1957 гг.):

- а) определил картельный практику;
- б) описал характерные черты картельного практики;
- в) определил механизмы координации между предприятиями;
- г) охарактеризовал формы картельного практики между предприятиями

24. Критерии минимального фактического влияния конкуренции на общем рынке согласно редакции 2001 установлены:

- а) для доли рынка которым располагает предприятие не должно превышать 5% от общего объема рынка и общий оборот не превышает 200 млн. ЭКЮ;
- б) для доли рынка которым располагает предприятие не должно превышать 5% от общего объема рынка и общий оборот не превышает 300 млн. ЭКЮ;
- в) для доли рынка которым располагает предприятие не должно превышать при горизонтальных договоренностей - 10%, вертикальных - 15%;
- г) для судьбы рынке которым располагает предприятие не должно превышать при горизонтальных договоренностей - 5%, вертикальных - 10%

25. Государственная помощь в сфере конкурентной политики может считаться факультативно совместимой с единым рынком ЕС в случае, если

- а) помощь имеет социальный характер;
- б) помощь предоставляется для преодоления последствий стихии;
- в) помощь предоставляется для некоторых регионов ФРГ, пострадавших от разделения;
- г) помощь предоставляется для возрождения культурного наследия.

3.3 Рекомендации по оцениванию результатов задачи

| Максимальное количество баллов (государственная оценка)* | Критерии |
|--|--|
| Отлично | Задача решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами изучаемой дисциплины и смежных дисциплин. |
| Хорошо | Задача решена правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией. |

| | |
|---------------------|---|
| Удовлетворительно | Задача решена правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии. |
| Неудовлетворительно | Задача решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию. |

* Представлено в таблице 2.1.

ЗАДАЧИ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Тема 1.1 Конкуренция в системе рыночной экономики

Дайте характеристику модели рынка и заполните таблицу

Основные модели рынка

| Характеристика | Модель рынка | | | |
|----------------------------|--------------------|-------------------------------|------------|------------------|
| | Чистая конкуренция | Монополистическая конкуренция | Олигополия | Чистая монополия |
| 1. Количество фирм | | | | |
| 2. Тип продукта | | | | |
| 3. Контроль цены | | | | |
| 4. Условия входа в отрасль | | | | |
| 5. Неценовая конкуренция | | | | |
| 6. Примеры | | | | |

Тема 1.2. Конкурентная среда предприятия

1. По данным таблицы необходимо определить:

- Долю на рынке 20-ти крупнейших субъектов хозяйствования.
- Коэффициент рыночной конкуренции для 1, 3, 5 и 10 субъектов хозяйствования.
- Показатель экономической концентрации используя индекс Херфиндела-Хиршмана.

Таблица

Крупнейшие субъекты хозяйствования на рынке мебельных товаров, млн.

| № | Субъект хозяйствования | Сумма |
|-----|------------------------|--------|
| 1. | ЗАТ «Новый Стил» | 1314,4 |
| 2. | ООО «Гербор-Холдинг» | 625,4 |
| 3. | ООО «Санпласт» | 585,0 |
| 4. | ООО «Модерн-Экспо» | 402,8 |
| 5. | ООО «БРВ» | 328,6 |
| 6. | ООО «ЕНО Мебель ЛТД» | 307,8 |
| 7. | ЗАО «Енран» | 296,8 |
| 8. | ООО Ф «Мебель-сервис» | 243,8 |
| 9. | ООО «Мебель юг» | 222,6 |
| 10. | ПП Фабрика «НОВА» | 169,6 |
| 11. | ООО ВТФ «ВЕЛАМ» | 159,0 |
| 12. | ОАО «Прогресс» | 148,4 |
| 13. | ООО Фабрика «Класум» | 148,4 |

| | | |
|---------------------------------|-----------------------|---------|
| 14. | ООО «Меркс Групп» | 137,8 |
| 15. | ООО «Ювента» | 127,2 |
| 16. | ООО «Грейд» | 116,6 |
| 17. | ООО «Сокме» | 116,6 |
| 18. | ООО ПКФ «Екми-Мебель» | 106,0 |
| 19. | ООО «Аква-Родос» | 106,0 |
| 20. | ДП «Амбиенге Ферниче» | 95,4 |
| Всего (20 крупнейших субъектов) | | 5755,8 |
| Объем рынка мебели | | 10600,0 |

1. По данным таблицы необходимо определить по месяцам:

- Динамику доли рынка батонов;
- Уровень проникновения,
- Уровень эксклюзивности;
- Уровень интенсивности, сделать вывод.

Таблица

Исходные данные для анализа динамики доли рынка, тыс.шт.

| Показатели | Значение показателей в динамике | | |
|--|---------------------------------|--------|------|
| | Март | Апрель | Май |
| 1. Количество батонів, которые покупают потребители батонів. | 1500 | 1400 | 1500 |
| 2. Количество хлебобулочных изделий, покупают покупатели батонів. | 2500 | 2600 | 2650 |
| 3. Количество хлебобулочных изделий, приобретаемых покупателями хлебобулочных изделий. | 3750 | 3900 | 4000 |
| 4. Количество покупателей батонів. | 100 | 90 | 95 |
| 5. Количество покупателей хлебобулочных изделий. | 130 | 135 | 135 |
| 6. Доля рынка батонів, %. | ? | ? | ? |

Тема 1.3. Конкурентные стратегии предприятия

На основе ниже приведенных данных, проанализировать хозяйственный "портфель" видов деятельности методом "Бостон Консалтинг групп" и предложить свою оценку состояния предприятия. Какую стратегию следует выбрать для каждого из СХП?

Исходные данные:

Предприятие "Керамик" осуществляет свою деятельность по трем направлениям, которые представлены такими стратегическими хозяйственными подразделениями (СХП):

- ☐ СХП "А" - производство кирпича;
- ☐ СХП "Б" - производство майоликовых изделий;
- ☐ СХП "В" - производство черепицы.

Данные об объемах продаж этих СХП предприятия и их конкурентов приведены в табл.

Таблица

Данные по СХП предприятия и их конкурентов

| СХП | Объемы продаж (тыс. грн.) | Количество конкурентов | Объемы продаж трех основных конкурентов (тыс. грн.) | Темпы роста рынка (%) |
|-----|---------------------------|------------------------|---|-----------------------|
|-----|---------------------------|------------------------|---|-----------------------|

| | | | | |
|-----|------|---|----------------|----|
| “А” | 700 | 9 | 3000/2400/650 | 2 |
| “Б” | 3300 | 5 | 2700/2100/1370 | 7 |
| “В” | 1200 | 3 | 1500/1090/780 | 19 |

Тема 2.1 Конкурентоспособность: сущность, критерии и показатели оценки

1. Охарактеризуйте эволюцию практических подходов к использованию ключевых источников формирования конкурентных преимуществ, заполните таблицу.

Таблица

Эволюция практических подходов к использованию
ключевых источников формирования конкурентных преимуществ

| № | Название этапа | Временные рамки | Рыночные требования | Источник конкурентных преимуществ |
|----|-----------------|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| 1. | “Факторный” | начало XX века | Товары по умеренным ценам | ? |
| 2. | “Расходный” | начало XX века – 50 ^{ые} гг | Минимальные цены | ? |
| 3. | “Качественный” | 60 ^{ые} -70 ^{ые} гг | Улучшенные качественные характеристики | ? |
| 4. | “Адаптационный” | 70 ^{ые} -80 ^{ые} гг | Постоянные изменения требований потребителей | ? |
| 5. | “Инновационный” | 80 ^{ые} -90 ^{ые} гг | Оригинальность, неповторимость товаров | ? |

2. На основании стратегических целей определите ключевые факторы успеха (КФУ) для магазина, характеристика которого приведена ниже.

Условия задачи:

Руководство магазина поставило перед собой цель стать магазином №1, который должен продавать высококачественные свежие фермерские продукты, на основе сокращения срока поставки продуктов от фермы до магазина в пределах 24 часов для 75% ассортимента, чтобы удовлетворять клиентов на 98%.

Список стратегических целей магазина

| Стратегические цели | Возможный КФУ |
|---|---------------|
| Завоевание 25% части местного рынка. | ? |
| Добиться поставок продуктов суточной свежести для 75% ассортимента. | ? |
| Поддержание уровня удовлетворения потребителей на 98%. | ? |
| Розширение ассортимента для привлечение новых клиентов. | ? |
| Иметь достаточное количество полок для размещение товаров | ? |

Тема 2.2. Государственное регулирование международной конкурентоспособности предприятия

Рассчитайте рыночную долю и коэффициенты концентрации для рынка гостиничного бизнеса Автономной республики Крым, и сравните эти коэффициенты с требованиями Закона Украины «О защите экономической конкуренции» по определению монопольного (доминирующего) положения субъекта хозяйствования, сделайте вывод.

Исходные данные для расчетов:

На рынке гостиничных услуг Автономной республики Крым действует 82 гостиницы, которые в совокупности оказывают 6474 номеров для временного проживания. В таблице представлены крупнейшие участники рынка.

Таблица

Крупнейшие участники рынка гостиничных услуг Автономной республики Крым *

| № (n) | Название гостиницы | Категория | Город | Кол-во номеров | Рыночная доля (S), % | Коэффициент концентрации, CRn в % |
|-------|--------------------|-----------|-------------|----------------|----------------------|-----------------------------------|
| 1 | Ялта-Интурист | 4* | Ялта | 1140 | ? | CR ₁ = ? |
| 2 | Астория | - | Феодосия | 200 | ? | CR ₂ = ? |
| 3 | Моссква | - | Симферополь | 180 | ? | CR ₃ = ? |
| 4 | Пальмира-Палац | 4* | Ялта | 170 | ? | CR ₄ = ? |
| 5 | Массандра | 3* | Ялта | 140 | ? | CR ₅ = ? |
| 6 | Украина | 3* | Симферополь | 128 | ? | CR ₆ = ? |
| 7 | Ореанда | 4* | Ялта | 114 | ? | CR ₇ = ? |
| 8 | Севастополь | 2* | Севастополь | 100 | ? | CR ₈ = ? |
| 9 | Кичкино | 2* | Ялта | 96 | ? | CR ₉ = ? |
| 10 | Бастион | 2* | Судак | 92 | ? | CR ₁₀ = ? |
| 11 | Бристоль | 3* | Ялта | 84 | ? | CR ₁₁ = ? |
| | Всего | | | 6474 | 100 | CR ₈₂ = 100 |

Тема 2.3. Международная конкурентоспособность предприятия

1. Составьте схему стадий международного жизненного цикла товара.
2. Заполнить таблицу «Жизненный цикл товара и конкурентное управление»

Таблица

Жизненный цикл товара и конкурентное управление

| Показатели конкурентного | Этап ЖЦТ | Выведение товара на рынок | Рост | Зрелость | Упадок продаж |
|----------------------------------|----------|---------------------------|------|----------|---------------|
| 1. Продукт (по его уникальности) | | | | | |
| 2. Конкурентная среда на рынке | | | | | |
| 3. Интенсивность конкуренции | | | | | |
| 4. Цель конкуренции | | | | | |
| 5. Этап конкурентного управления | | | | | |

Тема 2.4. Теоретические принципы управления международной конкурентоспособности предприятия

Определение полезности товара для потребителей согласно модели Розенберга с идеальной точкой.

1. Содержание проблемной ситуации

Компания разрабатывает бизнес-проект по реализации программного продукта **VDrive**. Для определения эффективности и определения направлений усовершенствования программной продукции приведенных в таблице, необходимо определить соответствие требованиям рынка.

Таблица

Данные для расчет рыночной адекватности группы конкурирующих программных продуктов

| Характеристика продукта, к | Весовой коэффициент характеристик, X_k | Идеальное значение характеристик, Z_k | Конкурирующие программные продукты, $M=8$ | | | | |
|-------------------------------------|--|---|---|-----------|---------|------------|--------------|
| | | | VDrive | Big Vault | Ibackup | Streamload | Cyber Code d |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Цена продукта | 0.15 | 10 | 8 | 3 | 9 | 6 | 4 |
| Качество (стабильность) | 0.20 | 10 | 5 | 9 | 4 | 5 | 3 |
| Безопасность информации | 0.18 | 10 | 7 | 8 | 6 | 6 | 3 |
| Пользовательский интерфейс | 0.14 | 10 | 6 | 7 | 8 | 7 | 4 |
| Функциональные возможности | 0.16 | 10 | 8 | 8 | 8 | 6 | 3 |
| Послепродажная поддержка | 0.07 | 10 | 9 | 8 | 8 | 5 | 4 |
| Легкость освоения | 0.10 | 10 | 6 | 4 | 6 | 4 | 3 |
| Оценка рыночной адекватности, W_j | 1.00 | 0 | | | | | |

2. Решить задачу:

Необходимо оценить конкурирующие программные продукты с точки зрения их полезности для потребителей согласно модели Розенберга с идеальной точкой, сравнить по отношению с разрабатываемым продуктом. Сделать вывод.

3. Подготовка решения:

Для оценки необходимо использовать аналитические модели

Модель Розенберга:

$$W_j = \sum_{k=1}^K X_k * Y_{jk} \quad (1)$$

Модель с идеальной точкой:

$$W_j = \sum_{k=1}^K X_k (Y_{jk} - Z_k) \quad (2)$$

где, W_j - оценка рыночной адекватности j -го продукта конкурирующей группы;

Z_k – идеальное (наилучшее из возможных) значений k -й характеристики программных продуктов этой группы;

X_k – весовой коэффициент k -й характеристики этой группы продуктов, определяемый экспертным способом;

Y_{jk} – значение k -й характеристики j -го продукта;

K – общее количество характеристик конкурирующих продуктов;

M – число конкурирующих продуктов в определенном сегменте рынка.

При определении границ оценки адекватности продукта требованиям рынка необходимо использовать следующую шкалу градации:

- если расчетное значение оценки рыночной адекватности попадает в интервал от 1 до 3 – продукт адекватен требованиям рынка.
- от -3 до -7 – для определения адекватности необходимы дополнительные исследования;
- от -7 до -10 – продукт неадекватен рыночным требованиям.

На основе методики БКГ выполните анализ хозяйственного "портфеля" предприятия.

Исходные данные:

Предприятие "Керамик" осуществляет свою деятельность по трем направлениям, которые представлены такими стратегическими хозяйственными подразделениями (СХП):

СГП "А" - производство кирпича;

СГП "Б" - производство майоликовых изделий;

СГП "В" - производство черепицы.

Данные об объемах продаж предприятия и их конкурентов приведены в табл.

Таблица

Данные по СГП предприятия и их конкурентов

| СГП | Объемы продаж (тыс. грн.) | Количество конкурентов | Объемы продаж троих главных конкурентов (тыс. грн.) | Темпы увеличения рынка(%) |
|-----|---------------------------|------------------------|---|---------------------------|
| “А” | 700 | 9 | 3000/2400/650 | 2 |
| “Б” | 3300 | 5 | 2700/2100/1370 | 7 |
| “В” | 1200 | 3 | 1500/1090/780 | 19 |

3.4. Рекомендации по оцениванию докладов, сообщений.

| Максимальное количество баллов (государственная оценка)* | Критерии |
|--|---|
| Отлично | Выставляется обучающемуся если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком |

| | |
|---------------------|--|
| | самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно. |
| Хорошо | Выставляется обучающемуся если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы. |
| Удовлетворительно | Выставляется обучающемуся если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы. |
| Неудовлетворительно | Выставляется обучающемуся если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы. |

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Промышленный шпионаж и «творческая имитация продукта».
2. Влияние на потребителей результатов конкурентных войн компаний-олигополистов (на примере операторов мобильной связи Российской Федерации).
3. Проявление монополистического характера конкуренции.
4. Конкурентные формы взаимодействия предприятий в современных условиях.
5. Развитие отраслей Российской Федерации, активную роль в которых играет конкуренция.
6. Взаимосвязь между привлекательностью отрасли и конкурентоспособностью предприятий в ней (на примере Российской Федерации).
7. Роль интерактивной модели взаимодействия внешнего рынка, потенциала и стратегической цели в формировании стратегии международной конкурентоспособности предприятия.
8. Главные факторы которые обуславливают потребность в разработке стратегии международной конкурентоспособности предприятия.

9. Факторы которые больше всего влияют на эффективность конкурентной стратегии предприятия.

10. Требованиями которым должны соответствовать конкурентная стратегия предприятия, чтобы обеспечить свое основное назначение - способствовать усилению конкурентной позиции предприятия и приобретению им новых конкурентных преимуществ.

11. Взаимосвязь базовой стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.

12. Факторы, которые определяется степень удовлетворения потребителя покупкой.

13. «Модель Кано» как один из инструментов управления качеством.

14. Необходимость государственного регулирования конкурентоспособности предприятий при существовании так называемых «провалов рынка».

15. Основа адаптации экономики государства к мировой конкурентной среде.

16. Связь между конкурентоспособностью и национальной безопасностью.

17. Степень искажения рыночных принципов взаимодействия субъектов рынка при государственном вмешательстве.

18. Роль классической и авангардной модели международного жизненного цикла товара в наше время.

19. Качество, время и расходы как ключевые показатели конкурентоспособности предприятия на мировом рынке.

20. Влияние научно-технического прогресса на модификацию сравнительных преимуществ в международном разделении труда.

21. В чем заключается сложность выполнения процедур и действий на этапе «Программирование» процесса управления международной конкурентоспособностью предприятия? Обоснуйте свое мнение.

22. Какие основные факторы обуславливают необходимость и важность стратегического подхода к управлению международной конкурентоспособностью предприятия?

23. Раскройте смысл выражения «Процесс целое положение» выполняет системообразовательную роль в механизме управления международной конкурентоспособностью предприятия ».

24. Значения эталонов для сравнения уровня конкурентоспособности применяют российские предприятия-субъекты ВЭД, проблемы в этом процессе и их последствия.

25. Метод диагностики международной конкурентоспособности предприятий используемые в иностранной практике.

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (экзамен)

1. Сущность и теоретические основы конкуренции
2. Субъекты и объекты международной конкуренции

3. Формы и виды конкуренции
4. Основные функции конкуренции и уровни проявления
5. Совершенная и несовершенная рыночная конкуренция
6. Олигополистическая и монополистическая конкуренция
7. Основные методы осуществления недобросовестной конкуренции
8. Методы конкуренции
9. Особенности ценовой конкуренции
10. Проявления неценовой конкуренции
11. Основные составляющие конкурентной среды
12. Влияние страны на формирование внешней среды
13. Движущие силы рынка и интенсивность конкуренции
14. Система конкурентных стратегий предприятия
15. Стратегии достижения конкурентного преимущества (общие стратегии конкуренции)
16. Стратегия обеспечения конкурентоспособности как комплексная стратегия
17. Понятие конкурентоспособности и его основные характеристики
18. Ключевые факторы успеха
19. Сравнительные (конкурентные) преимущества предприятия
20. Ценность товара для потребителей
21. Мировой опыт государственного регулирования международной конкурентоспособности
22. Функции и методы государственного регулирования международной конкурентоспособности предприятия.
23. Этапы формирования и развития механизма государственного регулирования международной конкурентоспособности украинских предприятий.
24. Сущность и особенности международной конкурентоспособности
25. Факторы формирования международной конкурентоспособности
26. Влияние международного жизненного цикла товара страны на конкурентоспособность предприятия
27. Сущность, цели и задачи управления международной конкурентоспособностью предприятия.
28. Функции управления международной конкурентоспособности предприятия
29. Модель процесса управления международной конкурентоспособностью предприятия
30. Сущность, задачи и этапы процесса диагностики международной конкурентоспособности предприятия
31. Методический инструментарий процесса диагностики состояния международной конкурентоспособности предприятия
32. Диагностика состояния внешней среды предприятия
33. Диагностика состояния внутренней среды предприятия