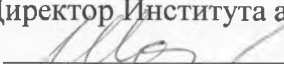


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о личности:
ФИО: Шатин Иван Андреевич
Должность: Директор Института агроинженерии
Дата подписания: 31.05.2025 22:55:25
Уникальный программный ключ:
da057a02db1792c9328ebcd5a8e24c9119d56781

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ АГРОИНЖЕНЕРИИ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института агроинженерии
 И.А. Шатин

«25» апреля 2023 г.

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

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность **Производственный менеджмент**

Уровень высшего образования – **бакалавриат**

Квалификация – **бакалавр**

Форма обучения – **очно-заочная**

Челябинск
2023

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

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

Составитель – кандидат экономических наук Живулько У.В.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный» «11» апреля 2023 г. (протокол № 8).

Зав. кафедрой «Социально-гуманитарные дисциплины и русский язык как иностранный»,
кандидат педагогических наук, доцент

С.А. Нестерова

Рабочая программа дисциплины одобрена методической комиссией Института агроинженерии «21» апреля 2023 г. (протокол № 5).

Председатель методической комиссии
Института агроинженерии ФГБОУ ВО
Южно-Уральский ГАУ, кандидат
технических наук

Е.А. Лещенко

Директор Научной библиотеки



И.В. Шатрова

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Компетенции и индикаторы их достижений	4
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	6
3.	Объем дисциплины и виды учебной работы	7
3.1.	Распределение объема дисциплины по видам учебной работы	7
3.2.	Распределение учебного времени по разделам и темам	7
4.	Структура и содержание дисциплины, включающее практическую подготовку	8
4.1.	Содержание дисциплины	8
4.2.	Содержание лекций	9
4.3.	Содержание лабораторных занятий	11
4.4.	Содержание практических занятий	11
4.5.	Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся	11
5.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
7.	Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины	12
8.	Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины	13
9.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	13
10.	Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	13
11.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
	Приложение. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся	15
	Лист регистрации изменений	41

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

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины

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

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

Задачи дисциплины:

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

1.2. Компетенции и индикаторы их достижений

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-2 ОПК-1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.	Обучающийся должен знать: понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности организации. – (Б1.В.04-3.1)	Обучающийся должен уметь: используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-У.1)	Обучающийся должен владеть: методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности организации - (Б1.В.04-Н.1)
ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления	Обучающийся должен знать: аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности	Обучающийся должен уметь: применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения	Обучающийся должен владеть: методикой решения типовых задач управления с применением аналитического

с применением информационных технологий	организации – (Б1.В.04-3.2)	конкурентоспособности организации - (Б1.В.04-У.2)	инструментария организации. (Б1.В.04-Н.2)	-
-----------------------------------------	-----------------------------	------------------------------------------------------	----------------------------------------------	---

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.	Обучающийся должен знать: профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации. – (Б1.В. 04-3.3)	Обучающийся должен уметь: описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности. - (Б1.В. 04-У.3)	Обучающийся должен владеть: методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации. (Б1.В.04 -Н.3)
ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.	Обучающийся должен знать: методы принятия организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации. – (Б1.В. 04-3.4)	Обучающийся должен уметь: обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-У.4)	Обучающийся должен владеть методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-Н.4)
ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих	Обучающийся должен знать: методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения	Обучающийся должен уметь: оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений. - (Б1.В.04-У.5)	Обучающийся должен владеть методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений. - (Б1.В.04-Н.5)

решений, применяя современный компьютерный инструментарий	конкурентоспособность и организации. – (Б1.В.04-3.5)		
-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	--	--

ПК-2. Способен к тактическому управлению процессами организации производства

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН		
	знания	умения	навыки
ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	Обучающийся должен знать: цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации. – (Б1.В.04-3.6)	Обучающийся должен уметь: разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-У.6)	Обучающийся должен владеть методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-Н.6)
ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.	Обучающийся должен знать: цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В.04-3.7)	Обучающийся должен уметь: применять знания экономического анализа для определения резервов производства. - (Б1.В.04-У.7)	Обучающийся должен владеть навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства. - (Б1.В.04-Н.7)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

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

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения: не предусмотрена.

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

Заочная форма обучения: не предусмотрена.

3.1. Распределение объема дисциплины по видам учебной работы

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

3.2. Распределение учебного времени по разделам и темам

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

	Общая трудоемкость	144	16	-	16	112	
--	---------------------------	------------	-----------	----------	-----------	------------	--

4. Структура и содержание дисциплины, включающее практическую подготовку

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

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

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

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

4.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации

Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Специфика конкуренции в реформируемой экономике. Правовое регулирование Антитрестовское законодательство США. Российский Закон «О защите конкуренции». Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.

Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации.

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

Тема 3. Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности.

Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность маркетинговой политики.

Конкурентоспособность цен. Конкурентоспособность сбыта. Эффективность продвижения. Конкурентоспособность маркетинговой стратегии предприятия. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.

Тема 4. Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

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

Тема 5. Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление.

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

Тактическое управление. Тактическое управление ресурсами. Функции тактического управления.

Тема 6. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации.

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

4.2. Содержание лекций

№ п/п	Наименование лекций	Количество часов	Практическая подготовка
1.	Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Специфика конкуренции в реформируемой экономике. Правовое регулирование Антитрестовское законодательство США. Российский Закон «О защите конкуренции». Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.	2	+
2.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации. Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах.	2	+

	Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения. Виды и типовые формы организационных и распорядительных документов для управления конкурентоспособностью бизнеса. Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Этапы проведения конкурентного анализа. Выявление существующих конкурентов и предварительный анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.		
3.	Анализ конкурентоспособности маркетинговой деятельности. Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность маркетинговой политики. Конкурентоспособность цен. Конкурентоспособность сбыта. Эффективность продвижения. Конкурентоспособность маркетинговой стратегии предприятия. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.	2	+
4.	Управленческий инструментарий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Управление конкурентоспособностью предприятий и производственных систем на основе целевых показателей. Основные этапы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятий и производственных систем. Понятие конкурентоспособности предприятия. Направления оценки конкурентоспособности.	4	+
5.	Управление конкурентными преимуществами. Тактическое управление Понятие конкурентных преимуществ бизнеса и их источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентными преимуществами. Стратегии формирования, наращивания и управления конкурентными преимуществами. Тактическое управление. Тактическое управление ресурсами. Функции тактического управления.	2	+
6.	Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации. Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы. Конкурентная стратегия на основе анализа факторов маркетинговой среды.	4	+
	Итого	16	35%

4.3. Содержание лабораторных занятий

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

4.4. Содержание практических занятий

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

4.5. Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся

4.5.1. Виды самостоятельной работы обучающихся

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

4.5.2. Содержание самостоятельной работы обучающихся

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

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

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

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

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

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

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

Основная:

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

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

Дополнительная:

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. – Оренбург : ОГУ, 2017. – 289 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

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

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

1. Единое окно доступа к учебно-методическим разработкам <https://юургау.рф>

2. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
3. Университетская библиотека ONLINE <http://biblioclub.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Перечень оборудования и технических средств обучения

Ауд. 322 Мультимедиапроектор Стационарный компьютер
Ауд. 426 Мультимедиапроектор, стационарный компьютер
Ауд. 427 Мультимедиапроектор;
РМП - компьютер DUAL G2010/GA-H61M/500Gb/2Gb
15 РМУ - компьютеры DUAL G2010/GA-Y61M/500Gb/2Gb
Ауд. 429 Мультимедиапроектор;
РМП - компьютер DUAL G2010/GA-H61M/500Gb/2Gb
15 РМУ - компьютеры DUAL G2010/GA-Y61M/500Gb/2Gb
Ауд. 423 Мультимедиапроектор;
РМП - Компьютер DUAL Gb2010/GA-H61M/500Gb/2Gb;
15 РМУ - Компьютеры DUAL Gb2010/GA-H61M/500Gb/2Gb
Ауд. 411 Дисплей сенсорный LG 75"75TR3BF; Металлодетектор стационарный ручный марки SmartScan B6; Диван модель Галакси-2 шт.; Диван модель Галакси (левая) -4 шт.; Диван модель Галакси (правая)-4 шт.; Кресло SKYLINE, торговая марка "Divina"-10 шт.; Пуф модель Форма - 3 шт.; Стойка мобильная Wize Pro M75 (под Дисплей сенсорный LG 75"75TR3BF); Стол круглый модель СО-4; Кашпо модель CUBICO 30? торговая марка "LECHUZA" - 7 шт.; Облучатель-рециркулятор медицинский-бактерицидный АРМЕД СР111-115 - 2 шт.; Термометр инфракрасный WF-5000- 3 шт.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации
обучающихся

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Компетенции и их индикаторы, формируемые в процессе освоения дисциплины	17
2.	Показатели, критерии и шкала оценивания индикаторов достижения сформированности компетенций	19
3.	Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций в процессе освоения дисциплины	25
4.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций	25
4.1.	Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости в процессе практической подготовки	25
4.1.1.	Опрос на практическом занятии	25
4.1.2.	Тестирование	29
4.2.	Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации	37
4.2.1.	Зачет	37

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

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-2 ОПК-1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.	Обучающийся должен знать: понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности организации. – (Б1.В.04-3.1)	Обучающийся должен уметь: используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В.04-У.1)	Обучающийся должен владеть: методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности организации - (Б1.В.04-Н.1)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет
ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментальный для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Обучающийся должен знать: аналитический инструментальный для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации – (Б1.В.04-3.2)	Обучающийся должен уметь: применять аналитический инструментальный для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации - (Б1.В.04-У.2)	Обучающийся должен владеть: методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментального организации. - (Б1.В.04-Н.2)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.	Обучающийся должен знать: профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации. – (Б1.В.04-3.3)	Обучающийся уметь: описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности. - (Б1.В. 04-У.3)	Обучающийся должен владеть: методикой оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации. (Б1.В. 04-Н.3)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет
ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.	Обучающийся должен знать: методы принятия организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации. – (Б1.В. 04-3.4)	Обучающийся уметь: обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В. 04-У.4)	Обучающийся должен владеть методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В. 04-Н.4)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет
ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя	Обучающийся должен знать: методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения	Обучающийся уметь: оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений. - (Б1.В. 04-У.5)	Обучающийся должен владеть методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений. - (Б1.В. 04-Н.5)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

современный компьютерный инструментарий	конкурентоспособности организации. – (Б1.В. 04-3.5)				
-----------------------------------------	--------------------------------------------------------	--	--	--	--

ПК-2. Способен к тактическому управлению процессами организации производства

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые ЗУН			Наименование оценочных средств	
	знания	умения	навыки	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	Обучающийся должен знать: цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации. – (Б1.В. 04-3.6)	Обучающийся должен уметь: разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации. - (Б1.В. 04-У.6)	Обучающийся должен владеть методикой проведения экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации. - (Б1.В. 04-Н.6)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет
ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.	Обучающийся должен знать: цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства. – (Б1.В. 04-3.7)	Обучающийся должен уметь: применять знания экономического анализа для определения резервов производства. - (Б1.В. 04-У.7)	Обучающийся должен владеть навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства. - (Б1.В. 04-Н.7)	1. опрос на практическом занятии; 2. тестирование	1. зачет

2. Показатели, критерии и шкала оценивания индикаторов достижения компетенций

ИД-2 ОПК-1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.1	Обучающийся не знает понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности и организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности и организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук для решения задачи повышения конкурентоспособности и организации.
Б1.В.04-У.1	Обучающийся не умеет используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо умеет используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности и организации.	Обучающийся умеет используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности и организации. с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук, формулировать профессиональные задачи в целях повышения конкурентоспособности и организации.
Б1.В.04-Н.1	Обучающийся не владеет методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся слабо владеет методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности и организации	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности и организации	Обучающийся свободно владеет методами решения профессиональных задач повышения конкурентоспособности и организации

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.2	Обучающийся не знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности	Обучающийся слабо знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности и организации	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает аналитический инструментарий для	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения

	сти организации		постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	конкурентоспособность и организации
Б1.В.04-У.2	Обучающийся не умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся слабо умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации	Обучающийся умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет применять аналитический инструментарий для постановки и решения задачи повышения конкурентоспособности организации
Б1.В.04-Н.2	Обучающийся не владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся слабо владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.	Обучающийся свободно владеет методикой решения типовых задач управления с применением аналитического инструментария организации.

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.3	Обучающийся не знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает профессиональную терминологию для разработки организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.3	Обучающийся не умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности.	Обучающийся слабо умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности.	Обучающийся умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет описывать проблемные ситуации деятельности организации в целях повышения конкурентоспособности.
Б1.В.04-Н.3	Обучающийся не владеет методикой оценки результатов предлагаемых	Обучающийся слабо владеет методикой оценки результатов предлагаемых	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой	Обучающийся свободно владеет методикой оценки результатов

	организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации	организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации	оценки результатов предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации	предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности и организации
--	-------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.4	Обучающийся не знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.4	Обучающийся не умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-Н.4	Обучающийся не владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся свободно владеет методикой оценки экономической, социальной и экологической эффективности в целях повышения конкурентоспособности организации.

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.5	Обучающийся не знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает методы оценки результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений в целях повышения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.5	Обучающийся не умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.	Обучающийся слабо умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.	Обучающийся умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений.
Б1.В.04-Н.5	Обучающийся не владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся слабо владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.	Обучающийся свободно владеет методикой оценки организационных и социальных последствий принятых решений.

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.6	Обучающийся не знает цели и задачи, методы, способы и приемы	Обучающийся слабо знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает цели и задачи,

	тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	пробелами знает цели и задачи, методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.	методы, способы и приемы тактического управления, способствующие обеспечению конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-У.6	Обучающийся не умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.	Обучающийся умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации с незначительными затруднениями.	Обучающийся умеет разрабатывать предложения по эффективному выявлению и использованию ресурсов для обеспечения конкурентоспособности организации.
Б1.В.04-Н.6	Обучающийся не владеет методикой проведения экономических исследований производственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся слабо владеет методикой проведения экономических исследований производственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методикой проведения экономических исследований производственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.	Обучающийся свободно владеет методикой проведения экономических исследований производственной деятельности для повышения конкурентоспособности организации.

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

Формируемые ЗУН	Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине			
	Недостаточный уровень	Достаточный уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Б1.В.04-3.7	Обучающийся не знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся слабо знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает цели, задачи, методы способы экономического анализа для определения резервов производства.
Б1.В.04-У.7	Обучающийся не умеет применять знания экономического анализа для	Обучающийся слабо умеет применять знания экономического анализа для	Обучающийся умеет применять знания экономического анализа для определения резервов	Обучающийся умеет применять знания экономического анализа для определения резервов

	определения резервов производства.	определения резервов производства.	производства с незначительными затруднениями.	производства.
Б1.В.04-Н.7	Обучающийся не владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся слабо владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.	Обучающийся свободно владеет навыками проведения экономического анализа для определения резервов производства.

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

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

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

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

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

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

4.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.1.1. Опрос на практическом занятии

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

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции																																		
1	<p>1. Какова роль конкуренции в развитии экономики? 2. Назовите известные вам теории конкуренции, кто их создатель? 3. В чем суть и особенности рыночной конкуренции? 4. Какие классификационные признаки рыночной конкуренции вы знаете? 5. Какие типы рынка в зависимости от развитости конкуренции можно выделить? Охарактеризуйте особенности, степень наибольшего распространения и контроля за ценами каждого типа. 6. Приведите примеры видовой, функциональной и предметной конкуренции.</p>	ИД-2 ОПК-1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.																																		
2	<p>Задача 1. Объемы продаж организаций отрасли равны соответственно 40, 30, 10, 20, 50, 70. 1). Определите долю концентрации. 2). Определите индекс Херфиндела-Хиршмана. Задача 2. Объемы продаж организаций отрасли равны соответственно 20, 80, 90, 40, 60, 30. 1). Определите долю концентрации. 2). Определите индекс Херфиндела-Хиршмана. Задача 3. В отрасли действует три фирмы, доля каждой соответственно составляет 27%, 23%, 30% и 20%. Найти индекс концентрации власти в этой отрасли (индекс Херфинделя-Хиршмана).</p>	ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.																																		
3	<p>Перечислить контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды организаций. ООО «Глобус» специализируется на производстве и продаже кондитерских изделий. Численность сотрудников ООО «Глобус» на май 2009 года – более 1200 человек, из которых 900 работают на постоянной основе. Предприятие имеет развитую систему дистрибуции. География поставок охватывает вся территорию России: от Санкт-Петербурга до Дальнего Востока, с 2007 года потребителями продукции ООО «Глобус» стали жители республик Казахстан, ведутся переговоры с представителями Азербайджана и Узбекистана. В производстве используются только натуральные экологически чистые компоненты. В 2017 году фабрика выпустила на кондитерский рынок несколько новых видов продукции после прироста производственных мощностей. Фабрика имеет награды таких престижных выставок-конкурсов, как: «World food», «Продэкспо», «100 лучших товаров России».</p>	ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.																																		
4	<p>Предприятие специализируется на производстве садово-огородного инвентаря. В таблице представлены объем реализации продукции за два года, доля рынка предприятия и сильнейшего конкурента по каждому виду продукции. Исходные данные для расчета конкурентоспособности</p> <table border="1" data-bbox="220 1637 1026 2040"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Наименование продукции</th> <th colspan="2">Объем реализации, тыс. руб</th> <th colspan="2">Доля рынка 2018 г, %</th> </tr> <tr> <th>2017 г</th> <th>2018 г</th> <th>Предприятие</th> <th>Конкурент</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Соковыжималка СВАСА-308</td> <td>2900</td> <td>2500</td> <td>34</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Тележка двухколесная</td> <td>590</td> <td>649</td> <td>33</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>Ящик овощной складной</td> <td>90</td> <td>130</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Садово-огородный инвентарь в ассортименте</td> <td>280</td> <td>448</td> <td>15</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Газонокосилки</td> <td>1850</td> <td>2405</td> <td>11</td> <td>9</td> </tr> </tbody> </table>	Наименование продукции	Объем реализации, тыс. руб		Доля рынка 2018 г, %		2017 г	2018 г	Предприятие	Конкурент	Соковыжималка СВАСА-308	2900	2500	34	17	Тележка двухколесная	590	649	33	21	Ящик овощной складной	90	130	5	7	Садово-огородный инвентарь в ассортименте	280	448	15	10	Газонокосилки	1850	2405	11	9	ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.
Наименование продукции	Объем реализации, тыс. руб		Доля рынка 2018 г, %																																	
	2017 г	2018 г	Предприятие	Конкурент																																
Соковыжималка СВАСА-308	2900	2500	34	17																																
Тележка двухколесная	590	649	33	21																																
Ящик овощной складной	90	130	5	7																																
Садово-огородный инвентарь в ассортименте	280	448	15	10																																
Газонокосилки	1850	2405	11	9																																

	<table border="1"> <tr> <td>малогобаритные</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Запчасти к отечественным мотоблокам</td> <td>580</td> <td>348</td> <td>40</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Лестница-стремянка ЛС-3</td> <td>980</td> <td>686</td> <td>16</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Опрыскиватели</td> <td>900</td> <td>40</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> </table> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> – темпы роста рынка по каждому виду продукции; – относительные доли рынка, занимаемые предприятием на рынке по каждому виду продукции; – долю каждого вида продукции в общем объеме реализации предприятия за 2018 год. Постройте матрицу БКГ и сформируйте товарную стратегию для каждого вида продукции предприятия на основе анализа матрицы БКГ. 	малогобаритные					Запчасти к отечественным мотоблокам	580	348	40	18	Лестница-стремянка ЛС-3	980	686	16	16	Опрыскиватели	900	40	2	2	
малогобаритные																						
Запчасти к отечественным мотоблокам	580	348	40	18																		
Лестница-стремянка ЛС-3	980	686	16	16																		
Опрыскиватели	900	40	2	2																		
5	<p>Оцените конкурентоспособность двух моделей любых смартфонов по сравнению с последним смартфоном компании Apple. Характеристики устройств (технические и стоимостные) и вес каждого параметра выберите самостоятельно (не менее 10). Решение представьте в виде таблицы.</p> <p>Оценка конкурентоспособности смартфонов</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Параметры</th> <th rowspan="2">Кэф. значимости параметра с точки зрения потребителей, К_i</th> <th colspan="3">Характеристика</th> </tr> <tr> <th>смартфон 1</th> <th>смартфон 2</th> <th>смартфон 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Технические</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Стоимостные</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Параметры	Кэф. значимости параметра с точки зрения потребителей, К _i	Характеристика			смартфон 1	смартфон 2	смартфон 3	Технические					Стоимостные					<p>ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий</p>		
Параметры	Кэф. значимости параметра с точки зрения потребителей, К _i			Характеристика																		
		смартфон 1	смартфон 2	смартфон 3																		
Технические																						
Стоимостные																						
6	<p>Задание 1. Для выполнения задания студентом самостоятельно выбирается любая компания (коммерческая организация), зарегистрированная на территории РФ. Форма собственности и размер не имеют значение. Для выбранного предприятия необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> – написать, какие субъекты и факторы являются для него микросредой; – какие факторы макросреды необходимо учитывать предприятию; – в каждой группе факторов макросреды выбрать наиболее значимые. <p>Задание 2. Для любого выбранного Вами предприятия, определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, оказывающие влияние на его деятельность. Оцените степень влияния каждого из факторов по 5- балльной шкале. Попытайтесь спрогнозировать влияние этих факторов в будущем (будет усиливаться, оставаться неизменным, снижаться). Результаты внесите в таблицу.</p> <p>Факторы и их влияние</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Группы факторов</th> <th>Факторы, влияющие на предприятие</th> <th>Степень влияния (где 1-наим.степень, 5-максим.)</th> <th>Прогноз влияния фактора в будущем</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Группы факторов	Факторы, влияющие на предприятие	Степень влияния (где 1-наим.степень, 5-максим.)	Прогноз влияния фактора в будущем					<p>ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения</p>												
Группы факторов	Факторы, влияющие на предприятие	Степень влияния (где 1-наим.степень, 5-максим.)	Прогноз влияния фактора в будущем																			

	<table border="1"> <tr><td>Политические</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Экономические</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Социальные</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Демографические</td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Политические				Экономические				Социальные				Демографические				прибыли
Политические																		
Экономические																		
Социальные																		
Демографические																		
7	<p>Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных; технологических, социо-культурных, политических и международных необходимо учитывать производителю:</p> <p>а) спортивных велосипедов; б) коллекционных кукол; в) надувных лодок; г) хлебобулочных изделий; д) спичек.</p> <p>В каждой группе факторов укажите 5-7 наиболее важных. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей, сравните полученные результаты, попробуйте объяснить, почему для каждого предприятия результаты ранжирования могут быть разными.</p>	ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.																

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

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

процессов, решении задач, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.

4.1.2. Тестирование

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

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции
	Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций в процессе освоения дисциплины	
1	<p>1. Объектом конкуренции являются:</p> <p>a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;</p> <p>b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;</p> <p>c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*</p> <p>d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.</p> <p>2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:</p> <p>a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;</p> <p>b) издержки производства и сбыта;</p> <p>c) полезный эффект и цена потребления;*</p> <p>d) потребительская новизна товара.</p> <p>3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:</p> <p>a) регрессивная вертикальная интеграция;*</p> <p>b) прогрессивная вертикальная интеграция;</p> <p>c) горизонтальная интеграция;</p> <p>d) дополняющая диверсификация.</p> <p>4. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:</p> <p>a) производственным факторам конкурентоспособности;</p> <p>b) рыночным факторам конкурентоспособности;</p> <p>c) сбытовым факторам конкурентоспособности;*</p> <p>d) сервисным факторам конкурентоспособности.</p> <p>5. Фирма – это:</p> <p>a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;</p> <p>b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;</p> <p>c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;</p> <p>d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*</p> <p>6. Фундаментальная рыночная ниша – это:</p> <p>a) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;</p> <p>b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;</p> <p>c) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;*</p> <p>d) ни один ответ не является верным.</p> <p>7. Конкурирующие фирмы – это:</p> <p>a) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую</p>	ИД-2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.

	<p>фундаментальную нишу;*</p> <p>b) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;</p> <p>c) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.</p> <p>d) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.</p> <p>8. Конкурентоспособность товара - это:</p> <p>a) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;*</p> <p>b) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;</p> <p>c) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.</p> <p>9. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:</p> <p>a) запас конкурентоспособности товара;</p> <p>b) потребительская ценность товара;*</p> <p>c) цена продажи товара;</p> <p>d) себестоимость товара.</p> <p>10. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:</p> <p>a) ценовая конкуренция;</p> <p>b) неценовая конкуренция;*</p> <p>c) недобросовестная конкуренция;</p> <p>d) прямая конкуренция.</p>	
2	<p>1. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:</p> <p>a) виолентная стратегия;</p> <p>b) коммутантная стратегия;</p> <p>c) пациентная стратегия;*</p> <p>d) экплерентная стратегия.</p> <p>2. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:</p> <p>a) виолентная стратегия;</p> <p>b) коммутантная стратегия;</p> <p>c) пациентная стратегия;</p> <p>d) экплерентная стратегия.*</p> <p>3. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:</p> <p>a) небольшое число крупных фирм;*</p> <p>b) одна крупная фирма;</p> <p>c) небольшое число средних фирм;</p> <p>d) большое число крупных фирм.</p> <p>4. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:</p> <p>a) гибкость;</p> <p>b) экономия на снижение постоянных издержек;*</p> <p>c) ставка на радикальные нововведения;</p> <p>d) дифференциация продукта.</p> <p>5. Дифференциация продукта – это:</p> <p>a) универсальный приём ценовой конкуренции;</p> <p>b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;*</p> <p>c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства;</p> <p>d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.</p>	<p>ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.</p>

<p>6. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) резервным капиталом; b) оборотным капиталом; c) венчурным капиталом;* d) внеоборотным капиталом. <p>7. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) стратегия поддержки позиций;* b) стратегия интеграции; c) стратегия лидерства в нише; d) стратегия выхода за пределы ниши. <p>8. Естественная монополия – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм; b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;* c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей; d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт. <p>9. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) финансово-промышленными группами; b) картелями; c) транснациональными корпорациями;* d) компания. <p>10. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) качеством продукции;* b) уровнем качества продукции; c) показателем функциональной пригодности; d) показателем совместимости. 	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3	<p>1. К сырью и природному топливу не применяются следующие показатели качества товаров:</p> <p>a) функциональные; b) эргономические;* c) безопасности; d) экологичности.</p> <p>2. Показатели, характеризующие соответствие изделия типичным размерам и форме человеческого тела и его отдельных частей, называются:</p> <p>a) антропометрическими*; b) физиологическими; c) психофизиологическими; d) гигиеническими.</p> <p>3. Понятие «рейтинг товара» означает:</p> <p>a) Характеристика более дешевого товара; b) Характеристика качественного товара; c) + Мере преимущества одного изделия или модели над другими.</p> <p>4. В группу технических параметров, используемых для оценки конкурентоспособности, обычно относят:</p> <p>a) Соотношение цена-качество; b) + Показатели назначения, надежности, эргономические ; c) Показатели веса, объема, размера.</p> <p>5. К оценке конкурентоспособности товара не относятся следующие этапы:</p> <p>a) Анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара-образца (эталона) для сравнения; b) Расчеты интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого товара; c) + Соотношение цена-качество.</p> <p>6. Положительная ассоциация, возникающая у человека в связи с увиденным, услышанным, прочитанным наименованием продукта, марки, предприятия называется:</p> <p>a) реклама; и) + имидж; c) популярность.</p> <p>7. Возможность успешной продажи товара на определенном рынке в установленный промежуток времени:</p> <p>a) + конкурентоспособность; b) эффективность; c) рейтинг.</p> <p>8. В «паблисити» (популярности) не относится:</p> <p>a) Проведение различных юбилейных праздников; b) Издание фирменных журналов; c) + Освещение динамики развития продаж;</p> <p>9. В престижной рекламе принадлежит:</p> <p>a) Проведение различных юбилейных праздников; b) Издание фирменных журналов; c) + Освещение динамики развития продаж.</p> <p>10. Товар, превращает мечту в реальность называется:</p> <p>a) + пионерной; b) улучшенный; c) устаревший.</p>	<p>ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.</p>
4	<p>1. Цель конкуренции —</p> <p>a) занять место на рынке; b) удовлетворить спрос потребителей; c) + получение прибыли от реализации товаров;</p> <p>2. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:</p> <p>a) сильные стороны конкурентов; b) +: как нужно отвечать на действия конкурентов; c) слабые стороны конкурентов;</p> <p>3. Главным элементом на рынке конкуренции является:</p>	<p>ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и</p>

	<p>a) реклама; b) + товар; c) конкурент.</p> <p>4. Конкурентоспособность товара – это: a) фальсификация товара; b) + уровень его потребительских свойств; c) способ реализации товара;</p> <p>5. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества: a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>6. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет: a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности; b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену; c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.</p> <p>7. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества: a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>8. Потребительские свойства товара – ____ a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать.</p> <p>9. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____ a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>10. Недостатки органолептического метода определения показателей качества: a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность; d) длительность по времени.</p>	<p>обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.</p>
5	<p>1. Объектом конкуренции являются: a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя; b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели; c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;* d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.</p> <p>2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются: a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;</p>	<p>ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный</p>

	<p>b) издержки производства и сбыта; c) полезный эффект и цена потребления;* d) потребительская новизна товара.</p> <p>3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это: a) регрессивная вертикальная интеграция;* b) прогрессивная вертикальная интеграция; c) горизонтальная интеграция; d) дополняющая диверсификация.</p> <p>4. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к: a) производственным факторам конкурентоспособности; b) рыночным факторам конкурентоспособности; c) сбытовым факторам конкурентоспособности;* d) сервисным факторам конкурентоспособности.</p> <p>5. Фирма – это: a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод; b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли; c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов; d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*</p> <p>6. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют: a) резервным капиталом; b) оборотным капиталом; c) венчурным капиталом;* d) внеоборотным капиталом.</p> <p>7. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется: a) стратегия поддержки позиций;* b) стратегия интеграции; c) стратегия лидерства в нише; d) стратегия выхода за пределы ниши.</p> <p>8. Естественная монополия – это: a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм; b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;* c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей; d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт.</p> <p>9. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют: a) финансово-промышленными группами; b) картелями; c) транснациональными корпорациями;* d) компания.</p> <p>10. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют: a) качеством продукции;* b) уровнем качества продукции;</p>	инструментарий
6	<p>1. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества: a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия;*</p>	ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-

<p>d) экплерентная стратегия.</p> <p>2. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:</p> <p>a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия; d) экплерентная стратегия.*</p> <p>3. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:</p> <p>a) небольшое число крупных фирм;* b) одна крупная фирма; c) небольшое число средних фирм; d) большое число крупных фирм.</p> <p>4. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:</p> <p>a) гибкость; b) экономия на снижение постоянных издержек;* c) ставка на радикальные нововведения; d) дифференциация продукта.</p> <p>5. Дифференциация продукта – это:</p> <p>a) универсальный приём ценовой конкуренции; b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;* c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства; d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.</p> <p>5. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:</p> <p>a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности; b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену; c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.</p> <p>6. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции; b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни; c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>7. Потребительские свойства товара – ____</p> <p>a) фальсификация товара; b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании; c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей; d) средство его реализовать.</p> <p>8. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____</p> <p>a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>9. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность;</p>	<p>хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления организацией и эффективному выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>10. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:</p> <p>a) стратегия поддержки позиций;*</p> <p>b) стратегия интеграции;</p> <p>c) стратегия лидерства в нише;</p> <p>d) стратегия выхода за пределы ниши.</p>	
	<p>1. Выражение результатов в конкретных единицах с помощью аудиометода определяют следующие показатели качества:</p> <p>a) + звук;</p> <p>b) внешний вид;</p> <p>c) консистенция.</p> <p>2. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:</p> <p>a) + снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;</p> <p>b) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;</p> <p>c) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.</p> <p>3. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;</p> <p>b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;</p> <p>c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>4. Потребительские свойства товара – ____</p> <p>a) фальсификация товара;</p> <p>b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании;</p> <p>c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей;</p> <p>d) средство его реализовать.</p> <p>5. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____</p> <p>a) маркетинговые исследования;</p> <p>b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам;</p> <p>c) установление цены.</p> <p>6. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность;</p> <p>b) точность оценки;</p> <p>c) сложность;</p> <p>d) длительность по времени.</p> <p>7. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:</p> <p>a) + подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;</p> <p>b) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;</p> <p>c) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.</p> <p>8. Потребительские свойства товара – ____</p> <p>a) фальсификация товара;</p> <p>b) + свойства товара, проявляющиеся при его использовании;</p> <p>c) потребителем в процессе удовлетворения потребностей;</p> <p>d) средство его реализовать.</p>	<p>ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.</p>

<p>9. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____</p> <p>a) маркетинговые исследования; b) + позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам; c) установление цены.</p> <p>10. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:</p> <p>a) + субъективность; b) точность оценки; c) сложность; d) длительность по времени.</p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

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

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

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

4.2. Процедуры и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

4.2.1. Зачет

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

№	Оценочные средства	Код и наименование индикатора компетенции
	Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки знаний,	

	умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих сформированность компетенций в процессе освоения дисциплины	
1.	1. Понятие и основные черты конкуренции. 2. Особенности международной конкуренции.	ИД-2 ОПК-1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук.
2.	3. Понятие конкурентного преимущества на мировом рынке. 4. Понятие и основные измерения конкурентоспособности. 5. Факторы, определяющие национальную и международную конкурентоспособность.	ИД-3 ОПК-1 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
3.	6. Традиционные подходы к конкурентоспособности: меркантилизм, теория абсолютных и сравнительных преимуществ. 7. Принципы конкурентной политики в различных политико-экономических системах. 8. Цель, задачи и инструменты оптимальной конкурентной политики.	ИД-1 ОПК-3 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления.
4.	9. Понятие конкурентного статуса, конкурентной позиции предприятия. 10. Факторы конкурентоспособности продукции, предприятия, отрасли. 11. Ценовая и неценовая конкуренция. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование.	ИД-2 ОПК-3 На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности.
5.	12. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей. 13. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами. 14. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции.	ИД-3 ОПК-3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий
6.	15. Ценовая и неценовая конкуренция. Демпинг, его экономические предпосылки и следствия, антидемпинговое регулирование. 16. Роль государства в формировании конкурентной среды и конкурентных преимуществ предприятий и отраслей. 17. Основные концепции конкурентной борьбы: борьба за потребителя и борьба с конкурентами.	ИД-2 ПК-2 Способен к руководству проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка, разработка предложений по совершенствованию управления

		организацией и эффективно выявлению и использованию имеющихся ресурсов для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли
7	18. Основные типы предприятий в бывших соцстранах и особенности их конкурентного статуса/позиции. 19. Виды стратегий. 20. Соотношение корпоративных и конкурентных стратегий.	ИД-3 ПК-2 Способен обеспечивать методическое руководство структурными подразделениями (отделами, цехами) организации по проведению экономического анализа хода выполнения плановых заданий, выявлению и определению путей использования резервов производства.

Шкала и критерии оценивания ответа обучающегося представлены в таблице.

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

