

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борисова Виктория Валерьевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.06.2025 13:16:32
Уникальный программный ключ:
8d66579114048570b679b22c126583a21541522e

**Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ»**

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

ПОЧУ ВО «МУНТИ»

В.В. Борисова

подпись

2» апреля 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление конкурентоспособностью организации

направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

**Профиль подготовки:
Финансовый менеджмент**

Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр*

**Форма обучения
*очно-заочная***

Москва 2022 г.

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации»

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
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	ИОПК-3.1. Разрабатывает и обосновывает управленческие решения на основе определения их экономической и социальной эффективности ИОПК-3.2. Реализует обоснованные организационно-управленческие решения в условиях сложной и динамичной среды ИОПК-3.3. Использует знания теорий мотивации, лидерства и власти для решения организационно-управленческих задач ИОПК-3.4. Формирует команды и организует групповую работу, разрешает конфликтные ситуации, принимает управленческие решения на основе личной ответственности ИОПК-3.5. Проводит анализ и оценку реализуемых организационно-управленческих решений с целью их дальнейшей корректировки

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Б1.О.33 «Управление конкурентоспособностью организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, цикла Б.1 «Дисциплины (модули)».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» составляет 3 зачетных единиц.

Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	-
Аудиторные занятия (всего)	26	26	-
В том числе:	-	-	-
Лекции	14	14	-
Практические занятия (ПЗ)	12	12	-
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	82	82	-
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-

Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	-	-	-
Подготовка к практическим занятиям	58	58	-
Тестирование	24	24	-
Вид промежуточной аттестации – зачет			-
Общая трудоемкость час / зач. ед.	108/3	108/3	-

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
1.	Тема 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации		1	1	10
2.	Тема 2 Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации		1	1	10
3.	Тема 3 Управление конкурентными преимуществами		2	1	10
4.	Тема 4 Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации		2	1	10
5.	Тема 5 Механизм управления конкурентоспособностью организации		2	2	10
6.	Тема 6 Механизм управления конкурентоспособностью товара		2	2	10
7.	Тема 7 Оценка конкурентоспособности организации		2	2	10
8.	Тема 8 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации		2	2	12
Всего		108	14	12	82
Зачет		-	-	-	-
Итого		108			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации

Понятие и сущность конкурентоспособности объекта. Уровни конкурентоспособности. Показатели, характеризующие конкурентоспособность товара, предприятия, отрасли. Конкурентоспособность: сопряженные категории, уровни анализа, показатели. Конкурентоспособность на различных уровнях: микро-, мезо-, макроконкурентоспособность. Конкурентоспособность как объект управления. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран. Общая конкурентоспособность продукции российских производителей в сравнении с мировой товарной конкурентоспособностью. Сравнительная страновая конкурентоспособность России.

Тема 2 Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации

Понятие и сущность процесса управления конкурентоспособностью организации. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью организации. Системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, виртуальный, стандартизационный, маркетинговый, эксклюзивный, функциональный, процессный, структурный, ситуационный, нормативный, оптимизационный, административный, поведенческий, деловой подходы.

Тема 3 Управление конкурентными преимуществами

Понятие конкурентного преимущества. Модели М. Портера. Преимущества низкого и высокого порядка. Детерминанты конкурентного преимущества. Сущность и классификация ценностей. Конкурентный статус фирмы: понятие, оценка уровня. Подходы к определению дефиниции "конкурентное преимущество". Сущность и классификация ценностей. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества компании.

Тема 4 Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации

Выбор базовой стратегии конкуренции. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям рынка. SWOT-анализ, портфельный анализ (анализ товарного ассортимента) компании как основа выбора конкурентной стратегии. Виды стратегий. Понятие и сущность стратегии. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке.

Тема 5 Механизм управления конкурентоспособностью организации

Алгоритм управления конкурентоспособностью организации. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Подходы к формированию механизма управления конкурентоспособностью организации. Основные этапы управления конкурентоспособностью организации. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Проблемы управления конкурентоспособностью в современных условиях.

Тема 6 Механизм управления конкурентоспособностью товара

Понятие, сущность конкурентоспособности товара. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара. Методы оценки конкурентоспособности товара. Основные составляющие понятия конкурентоспособности товара. Факторный анализ конкурентоспособности товара. Подходы к оценке конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Рекомендации по повышению уровня конкурентоспособности товара.

Тема 7 Оценка конкурентоспособности организации

Подходы к оценке конкурентоспособности организации: преимущества и недостатки. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации. Общая характеристика предприятия и выпускаемой продукции. Текущее состояние отрасли и перспективы ее развития. Оценка конкурентной позиции предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия.

Тема 8 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации

Рекомендации по повышению конкурентоспособности организации по основным направлениям. уровня конкурентоспособности различных компонентов предприятия. Формирование и разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Разработка мероприятий по поддержанию и повышению достигнутого уровня конкурентоспособности различных компонентов предприятия. Оценка экономического эффекта мероприятий. Формирование и разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

1.	Тема 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации
2.	Тема 2 Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации
3.	Тема 3 Управление конкурентными преимуществами
4.	Тема 4 Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации
5.	Тема 5 Механизм управления конкурентоспособностью организации
6.	Тема 6 Механизм управления конкурентоспособностью товара
7.	Тема 7 Оценка конкурентоспособности организации
8.	Тема 8 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

1. 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.

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685697>

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. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684686>

5.2. Дополнительная литература

1. Матвеева, Л. Г. Новые концепции, инструменты и технологии управления промышленным предприятием : учебник : [16+] / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 200 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598587>

5.3. Лицензионное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007

5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
2. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
4. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» <http://www.consultant.ru>, «Гарант» <http://www.garant.ru>.
5. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
6. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>
7. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>
8. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» <http://www.cfin.ru>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
3. Аудитория для самостоятельной работы студентов, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» является дисциплиной, формирующей у обучающихся частично общепрофессиональную компетенцию ОПК-3. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» рассматривается в п.5 рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» представлена в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Примерные варианты тестовых заданий для текущего контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине также представлены в п 8 рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации», приведен в п.8 настоящей рабочей программы. Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к промежуточной аттестации оригинальной версии нормативных документов, действующих в настоящее время.

7.2. Методические указания обучающимся

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций. Форма текущего контроля – активная работа на практических занятиях и прохождение тестирования. Формой промежуточного контроля по данной дисциплине является зачет, в ходе которого

оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» осуществляется в следующих формах:

- анализ правовой базы, регламентирующей деятельность организаций различных организационно-правовых форм;
- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- решение типовых расчетных задач по темам;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы, а также нормативно-правовых документов по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.5 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации». Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно-правовых документов по дисциплине приведен в п.7 настоящей рабочей программы. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Решение задач в разрезе разделов дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» является самостоятельной работой обучающегося в форме домашнего задания в случаях недостатка аудиторного времени на практических занятиях для решения всех задач, запланированных преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенций приведены в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

8. Фонд оценочных средств по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
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	ИОПК-3.1. Разрабатывает и обосновывает управленческие решения на основе определения их экономической и социальной эффективности ИОПК-3.2. Реализует обоснованные организационно-управленческие решения в условиях сложной и динамичной среды ИОПК-3.3. Использует знания теорий мотивации, лидерства и власти для решения организационно-управленческих задач ИОПК-3.4. Формирует команды и организует групповую работу, разрешает конфликтные ситуации, принимает управленческие решения на основе личной ответственности ИОПК-3.5. Проводит анализ и оценку реализуемых организационно-управленческих решений с целью их дальнейшей корректировки	Промежуточный контроль: зачет Текущий контроль: опрос на практических занятиях; тестирование	1-8

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

8.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

«зачтено»:

обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«не зачтено»

обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

8.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

8.2.3 Критерии оценки тестирования

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных обучающимся на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

8.2.4. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
Высокий	Зачтено	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	Зачтено	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	Зачтено	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	Не зачтено	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

Примеры заданий для практических занятий.

Задача 1. Оценить конкурентоспособность предприятия, используя данные таблицы.

Факторы	Усл.	Анализируемое	Конкуренты
---------	------	---------------	------------

	обозначения	предприятие	1-й	2-й
Доля рынка	d	60	30	10
Рентабельность производства (услуг)	R	20	20	15
Средневзвешенная цена	C	110	115	126
Качество продукции (услуг)		Среднее	Высокое	Среднее
Срок исполнения заказов	t	10	8	6
Уровень известности фирмы		Хорошо известна	Известна	Малоизвестна
Расходы на рекламу	$З$			

8.3.2. Текущий контроль (тестирование)

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

Примеры тестовых заданий

1 Конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко совпадают и по качеству называется:

- А. функциональной;
- Б. видовой;
- В. предметной;
- Г. ценовой.

2 Автором теории, утверждающей, что каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками является:

- А. Смит;
- Б. Д. Риккардо;
- В. Р. Лукас;
- Г. М. Портер.

3 Конкурентная стратегия, рассчитанная на завоевание и удержание относительно узких рыночных ниш, в пределах которых реализуются эксклюзивные товары специального назначения и весьма высокого качества:

- А. виолентная;
- Б. пациентная;
- В. коммутантная;
- Г. эксплерентная.

4 Факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции:

- А. технико-экономические;
- Б. коммерческие;
- В. нормативно-правовые;
- Г. инновационные.

5 Продажа товаров разным покупателям по разным ценам называется:

- А. демпингом;
- Б. распродажей;
- В. продвижением товаров;
- Г. ценовой дискриминацией.

6 Сущность маркетинга заключается в:

- А. получении прибыли;
- Б. в увеличении объемов продаж;
- В. в разработке финансового плана организации;
- Г. в обеспечении баланса интересов производителя и потребителя.

- 7 Максимальная цена товара определяется:
- А. издержками;
 - Б. величиной спроса на товар;
 - В. качеством товара;
 - Г. ценами конкурентов на аналогичный товар.
- 8 Слоганом называется:
- А. логотип фирмы;
 - Б. рекламный девиз фирмы;
 - В. транспарант-растяжка;
 - Г. рекламный щит.
- 9 К мероприятиям по стимулированию сбыта относятся:
- А. реклама на телевидении;
 - Б. кредит в различных формах;
 - В. бесплатное распространение товара;
 - Г. экскурсии на предприятие;
- 10 Товарный знак - это:
- А. фирменный знак;
 - Б. марочное название;
 - В. зарегистрированная товарная марка;
 - Г. торговое название фирмы.
- 11 По целевому назначению различают следующие виды рекламы:
- А. информативная;
 - Б. коммерческая;
 - В. телевизионная;
 - Г. социальная.
- 12 К комплексу элементов маркетинга не относятся:
- А. товар, сбыт;
 - Б. реклама, сервис;
 - В. цена;
 - Г. конкуренты.
- 13 Жизненный цикл товара - это:
- А. период внедрения товара на рынок;
 - Б. производство и продажа товара;
 - В. период пребывания товара на рынке;
 - Г. предварительная разработка концепции товара.
- 14 В понятие “продвижение товара” входят:
- А. сбыт товара;
 - Б. реклама товара;
 - В. транспортирование товара;
 - Г. упаковка товара.
- 15 Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:
- А. рост спроса на второй товар;
 - Б. бурную негативную реакцию продавцов второго товара;
 - В. рост цены на второй товар;
 - Г. падение объема спроса на второй товар.
- 16 Если спрос на товар сокращается, то общая выручка продавца:
- А. растет;
 - Б. сокращается;
 - В. сокращается в том случае, если спрос эластичен по цене;
 - Г. остается неизменной.
- 17 Маркетинговое исследование - это:
- А. то же самое, что и «исследование рынка»;
 - Б. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
 - В. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем;

- Г. исследование маркетинга.
- 18 Вторичные данные в маркетинге - это:
- А. перепроверенная информация;
 - Б. второстепенная информация;
 - В. информация, полученная из посторонних источников;
 - Г. информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.
- 19 Сегментация рынка - это:
- А. разделение рынка на отдельные части (сегменты);
 - Б. деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса;
 - В. структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
 - Г. стратегия выборочного проникновения на рынок.
- 20 Примером естественной монополии является:
- А. международный нефтяной картель ОПЕК;
 - Б. компания «IBM»;
 - В. издательство «Известия»;
 - Г. городской метрополитен.
- 21 Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:
- А. выпускаются дифференцированные товары;
 - Б. на рынке оперирует множество продавцов и покупателей;
 - В. выпускаются однородные товары;
 - Г. рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.
- 22 В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов?
- А. «рынок покупателя»;
 - Б. «рынок продавца»;
 - В. «равновесный рынок»;
 - Г. продавцы конкурируют (в той или иной степени, всегда).
- 23 Зачем надо определять главного конкурента?
- А. для изучения потребительских свойств его товара;
 - Б. чтобы знать, на кого надо опереться;
 - В. для эффективного анализа рыночной ситуации;
 - Г. для реализации стратегии «цена лидера».
- 24 Каким образом определяется главный конкурент?
- А. по уровню потребительских свойств товара;
 - Б. по объему предложения;
 - В. по величине доли рынка;
 - Г. по наилучшему соотношению между объемами продаж и предложения.
- 25 Товар в маркетинге - это:
- А. любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;
 - Б. продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;
 - В. результат исследований, разработок и производства;
 - Г. продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.
- 26 Качество товара в маркетинге - это:
- А. совокупность физических, химических, эргономических и других измеряемых (оцениваемых) характеристик изделия;
 - Б. характеристика конкурентоспособности товара, степень его отличия от товаров-конкурентов;
 - В. степень успешности решения проблем потребителей;
 - Г. то общее, что ценят в продукте различные покупатели.
- 27 Ценовая эластичность спроса представляет собой:
- А. зависимость цены товара от величины объема спроса;

- Б. отношение процентного изменения количества спрашиваемого товара к процентному изменению цены;
- В. отношение количества спрашиваемого товара к изменению цены с учетом первоначального количества спрашиваемого товара и первоначальной цены;
- Г. размеры диапазона колебаний спроса в зависимости от диапазона колебаний цены.
- 28 Чем отличается ценовая конкуренция от не ценовой?
- А. уровнем коэффициента эластичности предложения по цене;
- Б. ролью цены в конкуренции за объемы сбыта;
- В. тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода;
- Г. невозможностью использовать бесплатную рекламу.
- 29 Какая стратегия конкуренции наиболее доходна?
- А. «завышенная цена»;
- Б. все зависит от рыночной ситуации;
- В. «цена лидера»;
- Г. «снятие сливок».
- 30 Для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное, важно убедиться в следующем:
- А. неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
- Б. оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже вполне определенным лицом;
- В. верно и то, и другое;
- Г. верно, если первое сочетается со вторым.
- 31 Совокупность свойств или характеристик продукции, которые обуславливают ее способность удовлетворять выявленные или предполагаемые потребности называется
- конкурентоспособностью
- качеством
- стандартизацией
- унификацией
- 32 Совокупность действий и процедур с целью подтверждения того, что товар соответствует требованиям стандартов –
- сертификация
- стандартизация
- качество
- конкурентоспособность
- унификация
- 33 Общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре –
- качество
- конкурентоспособность
- сертификация
- стандартизация
- 34 Управление качеством должно осуществляться
- комплексно
- системно
- периодически
- от случая к случаю
- 35 Пути повышения качества продукции являются
- повышение уровня технической подготовки производства
- увеличение коэффициента сменности работы оборудования
- сокращение численности работающих
- совершенствование техники и технологии
- 36 К задачам стандартизации НЕ относится
- создание системы нормативно-технической документации
- планирование научно-технических и конструкторских работ
- контроль за правильностью использования нормативно-технической документации

- 37 Обязательную сертификацию продукции может осуществлять
государственный орган управления при возложении на него этой задачи
общественная организация по требованию групп потребителей
частная организация по требованию производителя
- 38 Совпадение характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающие полное соответствие товара условиям рынка называется его
конкурентоспособностью
качеством
стандартизацией
унификацией
- 39 Нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и утвержденный признанным органом, в котором устанавливаются общие принципы, направленные на оптимизацию работы в определенной области - ...

8.3.3. Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

(формирование компетенции ОПК - 3. Индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3, ИОПК-3.4, ИОПК-3.5.)

Примерные вопросы к зачету

1. Конкуренция: понятие, значение для рыночной экономики.
2. Классификация и характеристика рынков в зависимости от остроты конкуренции.
3. Методы конкуренции.
4. Формы конкуренции.
5. Понятие и оценка конкурентной борьбы.
6. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
7. Конкурентоспособность товара и услуг: понятие и показатели, ее характеризующие.
8. Взаимосвязь конкурентоспособности товара (услуги) и прибыли организаций.
9. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рынке.
10. Формы недобросовестной конкуренции.
11. Отличие конкурентоспособности и уровня качества товара (услуги).
12. Качество товара (услуги) как основной фактор конкурентоспособности.
13. Конкурентоспособность товара (услуги) как параметры конкурентоспособности.
14. Рыночные факторы конкурентоспособности.
15. Экономические условия конкурентоспособности организации, товара и услуги.
16. Пути повышения конкурентоспособности организации, товаров и услуг.
17. Принципы оценки конкурентоспособности организации.
18. Управление конкурентоспособностью организации на основе выбора стратегий.
19. Источники информации о конкурентах.
20. Методы сбора информации о конкурентах.
21. Особенности метода конкурентной разведки.
22. Этапы текущего конкурентного анализа.
23. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.
24. Формирование конкурентной стратегии организаций отраслей.
25. Функциональное обеспечение реализации конкурентной стратегии.
26. Этапы и сущность конкурентного анализа отрасли.
27. Уровни конкурентоспособности экономических объектов.
28. Внешние и внутренние факторы конкурентоспособности фирмы.
29. Основные субъекты и объекты оценки конкурентоспособности.
30. Цели и задачи оценки конкурентоспособности фирмы.
31. Показатели, используемые при оценке конкурентоспособности фирмы.
32. Алгоритм оценки конкурентоспособности товара (услуги).