

Компонент ОПОП 27.03.05 Инноватика, профиль «Управление инновационной деятельностью»

наименование ОПОП

Б1.В.01

шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Управление конкурентоспособностью организации

Разработчик(и):

Степанова Е.В

ФНО

доцент

ДОЛЖНОСТЬ

К.Э.Н., ДОЦЕНТ

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 8 от 21 марта 2024 г.

Заведующий кафедрой

ЭиУ

Щебарова Н.Н

ФИО

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1ук-10 Воспринимает и анализирует информацию, необходимую для принятия экономических решений ИД-2ук-10 Обосновывает экономические решения в различных областях жизнедеятельности, используя методы экономического анализа и планирования для достижения поставленных	-основные подходы и модели при описании конкуренции; понимать значение конкуренции для функционирования рыночной экономики; процесс менеджмента конкурентоспособности фирмы	-определять состояние конкурентной среды фирмы на основе диагностики основных факторов конкуренции; получать информацию о конкурентной среде, анализировать ее, давать ей оценку; -формировать конкурентную стратегию фирмы; определять пути и методы обеспечения конкурентных преимуществ.	- навыками обобщения информации по использованию и формированию ресурсов для разработки стратегий способствующих повышению конкурентоспособности фирмы	- комплект заданий для выполнения практических работ; - тестовые задания.	Курсовая работа Зачет с оценкой Результаты текущего контроля

	целей ИД-Зук-10 Применяет экономические знания при технико-экономическом обосновании инженерных решений					
ПК-2. Способен реализовать тактическое управление процессами организации производства	И1_{ПК-2}: - знает процесс тактического управления организацией производства; И2_{ПК-2}: -умеет реализовать управление организацией производства инновационного продукта; И3_{ПК-2}: - владеет навыками реализации тактического управления процессами организации производства					

	инновационного продукта.					
--	-----------------------------	--	--	--	--	--

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач.

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
<i>Отлично/41-50</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо/31-40</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно/20-30</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно/менее 20</i>	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

3.2. Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

ВАРИАНТ 1

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.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- b) издержки производства и сбыта;
- c) полезный эффект и цена потребления;
- d) потребительская новизна товара.

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.

ВАРИАНТ 2

1. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- a) М. Портер;
- b) А. Литл;
- c) Ф. Котлер;
- d) И. Ансофф.

2. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- a) увеличивают размеры своей фирмы;
- b) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
- c) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
- d) ни один ответ не является верным.

3. 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.

ВАРИАНТ 3

1. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

- a) рыночные лидеры;
- b) челенджеры;
- c) нишеры;
- d) последователи.

2. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:

- a) 40%;
- b) 25%;
- c) 20%;
- d) 30%.

3. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

- a) темперамент;
- b) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- c) умение управлять своими эмоциями;
- d) общительность коммуникабельность.

ВАРИАНТ 4

1. Фундаментальная рыночная ниша – это:

- a) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
- b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
- c) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;
- d) ни один ответ не является верным.

2. Конкурирующие фирмы – это:

- a) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;
- b) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
- c) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.
- d) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

3. Конкурентоспособность товара - это:

- a) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
- b) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- 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.

ВАРИАНТ 5

1. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- a) запас конкурентоспособности товара;
- b) потребительская ценность товара;
- c) цена продажи товара;
- d) себестоимость товара.

2. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- a) ценовая конкуренция;
- b) неценовая конкуренция;
- c) недобросовестная конкуренция;
- d) прямая конкуренция.

3. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

- a) виолентная стратегия;
- b) коммутантная стратегия;

- с) пациентная стратегия;
- д) экплерентная стратегия.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично/41-50</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо/31-40</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно/20-30</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно/менее 20</i>	49% и меньше правильных ответов

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Формы промежуточной аттестации

4.1. Критерии и шкала оценивания результатов выполнения курсовой работы

Аттестация обучающегося проводится на основании текста курсовой работы и защиты курсовой работы.

Требования к структуре, содержанию и оформлению представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включены примерные темы курсовых работ:

1. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия.
2. Сравнительный анализ использования методов конкурентной борьбы фирмами на рынке.
3. Системный подход к определению конкурентной позиции предприятия
4. Анализ факторов влияющих на конкурентоспособность фирмы и их системный анализ
5. Управление ассортиментом коммерческого предприятия, как важный фактор его конкурентоспособности.
6. Анализ внутреннего конкурентного потенциала предприятия, как источника его конкурентной силы.
7. Управление отношениями с поставщиками и потребителями, как источник конкурентных преимуществ предприятия.
8. Определение и анализ главных конкурентов предприятия, и его позиционирование по отношению к конкурентам.
9. Анализ конкурентных преимуществ предприятия и выбор конкурентной стратегии.
10. Роль SWOT-анализа в определении конкурентных стратегий предприятия.

Оценка	Критерии оценки
<i>Отлично/71-80</i>	Содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора различных информационных источников. Структура работы логически и методически выдержана. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. Оформление работы полностью отвечает

	требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы.
<i>Хорошо/61-70</i>	Содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора различных информационных источников. Структура работы логически и методически выдержана. Большинство выводов и предложений аргументировано. Оформление работы отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах, схемах и т.п. При защите работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе.
<i>Удовлетворительно/50-60</i>	Содержание работы частично не соответствует заданию. Результаты обзора информационных источников представлены недостаточно полно. Есть нарушения в логике изложения материала. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении работы. Оформление работы соответствует требованиям. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы.
<i>Неудовлетворительно/ менее 50</i>	Содержание работы в целом не соответствует заданию. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала. ИЛИ Курсовая работа не представлена преподавателю в указанные сроки.

4.2. Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с зачетом с оценкой

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным с оценкой согласно шкале баллов для определения итоговой оценки:

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	91 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Хорошо</i>	81 - 90	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Удовлетворительно</i>	60 - 80	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Неудовлетворительно</i>	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

Комплект заданий диагностической работы

Код и наименование компетенции УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
1	Объектом конкуренции являются: а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя; б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели; в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;* г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
2	Основными объектами управления конкурентоспособностью являются: а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования; б) издержки производства и сбыта; в) полезный эффект и цена потребления;* г) потребительская новизна товара.
3	Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это: а) регрессивная вертикальная интеграция;* б) прогрессивная вертикальная интеграция; в) горизонтальная интеграция; г) дополняющая диверсификация.
4	Кто разделит конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации? а) М. Портер;* б) А. Литл; в) Ф. Котлер; г) И. Ансофф.
5	Фирма – это: а) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод; б) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли; в) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов; г) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*
6	Цена это: 1) количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать), а покупатель согласен получить (купить) единицу товара*; 2) постоянные и переменные затраты предприятия; 3) устойчивое равновесие нормального спроса и нормального предложения на единицу

	товара.
7	Фундаментальная рыночная ниша – это: а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги; б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями; в) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;* д) ни один ответ не является верным.
8	Конкурирующие фирмы – это: а) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;* б) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте; в) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли. д) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.
9	Конкурентоспособность товара - это: а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;* б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими; в) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.
10	Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества: а) виолентная стратегия; б) коммутантная стратегия; в) пациентная стратегия;* д) экплерентная стратегия.
Код и наименование компетенции ПК-2. Способен реализовать тактическое управление процессами организации производства	
1	Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это: а) виолентная стратегия; б) коммутантная стратегия; в) пациентная стратегия; д) экплерентная стратегия.*
2	Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это: а) «гордые львы»; б) «могучие слоны»;* в) «неповоротливые бегемоты»; д) «хитрые лисы».
3	Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует: а) небольшое число крупных фирм;* б) одна крупная фирма; в) небольшое число средних фирм; д) большое число крупных фирм.
4	Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы: а) гибкость;

	b) экономия на снижение постоянных издержек;* c) ставка на радикальные нововведения; d) дифференциация продукта.
5	Дифференциация продукта – это: 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.
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.
7	Какие варианты поведения не соответствует фирмам-коммутантам: a) деятельность в сферах традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом; b) выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов; c) выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия; d) выпуск товаров массового спроса?*.
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.
9	Какой тип фирмы играет решающую роль на первом этапе научно-технического прогресса (изобретение и внедрение новшества): a) виоленты; b) пациенты; c) эксплеренты;* d) коммутанты.
10	Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют: a) качеством продукции;* b) уровнем качества продукции; c) показателем функциональной пригодности; d) показателем совместимости.