

Компонент ОПОП	38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансовый
	аналитик»
	наименование ОПОП
	Б1.В.08
	шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины (модуля)	Анализ конкурентоспособности предприятия
---------------------	--

Разработчик(и):
Степанова Е.В
ФИО
доцент
должность
канд. экон. наук, доцент

Утверждено на заседании кафедры
Экономики и управления
наименование кафедры
протокол № 6 от 19.02.2026
Заведующий кафедрой
Н.Н. Щебарова

Мурманск
2026

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>		
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	ИД-2_{ПК-1} применяет информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Знать: научные основы анализа конкурентоспособности предприятия.	Уметь: использовать информационные технологии для анализа конкурентоспособности предприятия	Владеть: навыками проведения анализа конкурентоспособности предприятия.	- комплект заданий для выполнения практических работ; - тестовые задания	Оценочные средства текущего контроля
ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	ИД-1_{ПК-5} понимает порядок и принципы составления финансового плана; методики и инструментарий финансового планирования					

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 объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
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 недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	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. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

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.

Примерные задания для выполнения практических работ

Задание 1.

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы ценности, ощущаемой потребителем.
2. Концепция максимизации воспринимаемой потребителем ценности.
3. Мотивация потребителя.

Задание 2.

1. Приведите примеры товаров, обладающих высокой ценностью для потребителя, и объясните, из чего она складывается.
2. Составьте таблицу «Факторы формирования ценности товара» для двух конкурирующих компаний (например, OZON и Wildberries).
3. Сделайте вывод: какая компания предлагает большую потребительскую ценность и почему.

Задание 3.

Выберите один товар или услугу, которыми вы или ваши знакомые недавно воспользовались (например, смартфон, онлайн-сервис, одежда, ресторан, доставка еды, авиабилеты).

Опишите процесс покупки по этапам модели Энджел—Коллат—Блэкуэлл:

- осознание потребности;
- поиск информации;
- оценка альтернатив;
- решение о покупке;
- поведение после покупки.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
Отлично/40 баллов	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо/32 балла	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.
Удовлетворительно/25 баллов	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. ИЛИ Задание не выполнено.

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:

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-услугиодатели;
- 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.

4. 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.

5. 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.

6. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

- a) производственным факторам конкурентоспособности;
- b) рыночным факторам конкурентоспособности;

- с) сбытовым факторам конкурентоспособности;
- д) сервисным факторам конкурентоспособности.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично/40 баллов</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо/32 балла</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно/25 баллов</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно</i>	49% и меньше правильных ответов

3.3 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
20	посещаемость 75 - 100 %
10	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

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

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

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным.

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Зачтено</i>	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Незачтено</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 и внешней 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, задачи*

Комплект заданий диагностической работы

Код и наименование компетенции ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	
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 разделил 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;* г) ни один ответ не является верным.
8	Конкурирующие фирмы – это: а) 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.
9	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.
10	Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества: a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия;* d) экиперентная стратегия.

Код и наименование компетенции ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	
1	Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это: a) виолентная стратегия; b) коммутантная стратегия; c) пациентная стратегия; d) экиперентная стратегия.*
2	Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это: a) «гордые львы»; b) «могучие слоны»;* c) «неповоротливые бегемоты»; d) «хитрые лисы».
3	Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует: a) небольшое число крупных фирм;* b) одна крупная фирма; c) небольшое число средних фирм; d) большое число крупных фирм.
4	Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы: a) гибкость; b) экономия на снижении 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.