



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью
предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики

Протокол заседания № 9 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

Г.В. Панина

Автор (составитель)
кафедры экономики, кандидат экономических наук, доцент

Панина Г.В., профессор

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 3 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление бизнесом

Дисциплина: Управление конкурентоспособностью предприятия

Семестр (семестры) изучения: 7 семестр

Форма (формы) промежуточной аттестации: экзамен

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
1	2	3	4	
ПК-3	Способен разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации	ПК-3.3 Демонстрирует навыки управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> методологические основы исследования проблем управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса <i>Уметь:</i> формулировать цели и задачи в сфере повышения эффективности бизнеса и регулирования его конкурентоспособности <i>Владеть:</i> навыками разработки и расчета ключевых показателей для оценки и управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> понятийный и категориальный аппарат концепций управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса <i>Уметь:</i> выявлять факторы и движущие силы, оказывающие влияние на развитие конкуренции на отраслевых рынках, изыскивает резервы повышения результативности и эффективности бизнеса <i>Владеть:</i> технологиями

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 4 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

				оценки текущей и стратегической эффективности, результативности и конкурентоспособности бизнеса
			<i>Высокий уровень</i>	<p><i>Знать:</i> возможности концепции управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса и их ограничения при использовании</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать управленческие решения по повышению эффективности деятельности и конкурентоспособности различных видов бизнеса, применять оптимальные технологии управления эффективностью и конкурентоспособностью бизнеса</p> <p><i>Владеть:</i> методами разработки программ повышения эффективности бизнеса и регулирования его конкурентоспособности</p>

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация проводится с целью определения степени достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за определенный период обучения (семестр) в форме подведения итогов балльно-рейтинговой системы оценивания и экзамена.

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля и рубежного контроля*	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	ПК-3.3	Теоретические основы конкурентоспособности	- устный опрос, - тестирование, - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №1-3 - кейс-задание
2	ПК-3.3	Конкуренция как объект теории и практики менеджмента	- устный опрос, - тестирование, - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №4-9 - кейс-задание
3	ПК-3.3	Конкурентные рынки их структура	- устный опрос, - тестирование, - комплексная	Комплексная письменная работа: - тест №10-15

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 5 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

			письменная работа	- кейс-задание
4	ПК-3.3	Методы оценки конкурентоспособности	-устный опрос, -тестирование, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №16-21 - кейс-задание
5	ПК-3.3	Конкурентные стратегии	-устный опрос, -тестирование, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №22-24 - кейс-задание
6	ПК-3.3	Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность	-устный опрос, -тестирование, -кейс, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №25-30 - кейс-задание
7	ПК-3.3	Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях	-устный опрос, -тестирование, -кейс, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №31-36 - кейс-задание
8	ПК-3.3	Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности	-устный опрос, -тестирование, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №37-42 - кейс-задание
9	ПК-3.3	Человеческий ресурс повышения конкурентоспособности	-устный опрос, -тестирование, -кейс, -комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №43-48 - кейс-задание

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

* Рубежный контроль предусмотрен для очной формы обучения

3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, кейсы).

3.2.1 Перечень примерных тестовых заданий

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности		
1	Разработка и реализация действий, ведущих к долгосрочному превышению уровня результативности деятельности фирмы над уровнем конкурентов – это	А) стратегический план; В) стратегический анализ; С) стратегическое управление; Д) стратегический менеджмент; Е) стратегическое планирование.
2	Стратегическое управление – это управленческая технология, предполагающая:	А) развитие организации в соответствии с разработанной стратегией; В) взаимосвязанный комплекс долгосрочных мер или подходов во имя укрепления жизнеспособности и мощи организации по отношению к её кон-



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		курентам; С) набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности; D) единоличное управление стратегом в соответствии с выработанной им стратегией для достижения стратегической цели; E) решение задачи о том, как достичь стратегической цели из исходной ситуации с помощью имеющихся ресурсов и с учётом возможных действий конкурентов.
3	Назовите первый этап развития и становления стратегического менеджмента по Р. Коху:	A) классическое стратегическое планирование; B) портфельный менеджмент; C) отступление к прагматизму; D) интуитивные, адаптивные и творческие аспекты стратегии; E) конкурентные стратегии М. Портера.
Тема 2. Конкуренция как объект теории и практики менеджмента		
4	Цели при стратегическом управлении бывают:	A) траекторные B) «мягкие» C) точечные D) траекторные и точечные E) «жесткие»
5	Управленческая конструкция, отражающая представление субъектом управления управленческой ситуации, текущего и желательного положения объекта управления, путей перехода от текущего состояния к желательному – это	A) Цель; B) Стратегическая цель; C) Миссия; D) Видение; E) Стратегия.
6	В зависимости от степени важности для объекта управления цели подразделяются на:	A) Стратегические, тактические, оперативные; B) Долгосрочные, краткосрочные; C) Траекторные, точечные; D) Нейтральные, кооперирующиеся; E) Нейтральные, конкурирующие.
7	При формировании миссии необходимо учитывать:	A) внешнюю направленность компании; B) внутреннюю значимость компании; C) структуру компании; D) генеральную цель компании; E) стратегические ориентиры.
8	К основным элементам миссии организации относятся:	A) название и статус; B) товар или услуга; C) акционеры компании; D) технология; E) ответы A,B,D
9	Роль миссии заключается в том, чтобы:	A) сформировать потенциал конкурентоспособности компании; B) снизить риск недальновидного управления и принятия необоснованных решений; C) создать критерий для оценки необходимости выполнения всех действий, осуществляемых в организации; D) определить стратегическое направление развития компании;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 7 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Е) ответы А, В, С.
Тема 3. Конкурентные рынки и их структура		
10	Направление развития фирмы в соответствии с поставленной целью – это	А) Концепция; В) Цель; С) Задача; Д) Стратегия; Е) Стратегический план.
11	М. Портер разделял стратегии, которым компания может следовать на три типа: лидерство по издержкам, дифференциация и _____	А) Фокусирования; В) Развития рынка; С) Сохранение существующего положения; D) Развития продукта; Е) Диверсификации.
12	К глобальным стратегиям конкурентной борьбы не относится следующая из стратегий:	А) Минимизации издержек; В) Фокусирования; С) Дифференциации; Д) Сокращения; Е) Инноваций.
13	Какой вид стратегии отражает специфику деятельности организации, носит наиболее общий характер и характеризует перспективы развития компании в целом?	А) Функциональные стратегии; В) Эталонные стратегии; С) Бизнес-стратегии; D) Корпоративная стратегия; Е) Конкурентные стратегии.
14	К какому виду эталонных стратегий относится стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка и стратегия развития продукта?	А) стратегии концентрированного роста; В) стратегии интегрированного роста; С) стратегии диверсифицированного роста; D) стратегии сокращения; Е) стратегии роста.
15	К какому виду эталонных стратегий относится стратегия ликвидации и стратегия "сбора урожая"?	А) стратегии концентрированного роста; В) стратегии интегрированного роста; С) стратегии диверсифицированного роста; Д) стратегии сокращения; Е) стратегия минимизации издержек.
Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности		
16	Управленческая технология, позволяющая на основании имеющейся информации составить представление о ситуации принятия решения и подготовить рекомендации по действиям, которые следует предпринять – это	А) Анализ; В) Метод; С) Система; D) Цикл; Е) Гипотеза.
17	При данном виде анализа не предусматривается использование специальных методов выявления факторов, влияющих на развитие управленческой ситуации?	А) РПСР-анализ; В) SWOT-анализ; С) PEST-анализ; D) SPACE-анализ; Е) Ситуационный анализ.
18	К универсальным технологиям стратегического анализа не относятся:	А) SWOT-анализ; В) РПСР-анализ; С) Анализ конкурентов; D) Технический анализ; Е) Ответы С и D.
19	Анализ возможностей (Opportunity Analysis) позволяет:	А) «высветить» риски и возможности, с которыми сталкивается компания, стремящаяся повлиять на конкурентную ситуацию; В) обсудить несколько возможных сценариев развития событий или нужно получить



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью
предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		оценку долговременной перспективы; С) определение направления стратегии развития; D) ответы А и В. E) Ответы В и С.
20	SWOT-анализ основан на оценке следующих параметров?	A) темпы роста отрасли; B) сильные и слабые стороны фирмы; C) привлекательность отрасли; D) угрозы и возможности; E) В и D.
21	Матрица Бостонской Консалтинговой Группы основана на оценке следующих параметров:	A) привлекательность отрасли; B) возможности; C) темпы роста отрасли; D) конкурентное преимущество; E) относительная доля на рынке.
Тема 5. Конкурентные стратегии		
22	Стратегическое планирование как этап становления стратегического менеджмента характеризовалось:	A) представлением о стабильной среде организации, как внутренней, так и внешней; B) выявлением текущих изменений показателей деятельности организации и экстраполяцией выявленных тенденций в будущее; C) выявлением трендов не только экономического развития корпорации, но и среды ее существования; D) установлением ясно определенных целей и разработкой путей их достижения; E) выявлением будущих изменений показателей деятельности организации.
23	Одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения - это:	A) Стратегический анализ; B) Стратегический менеджмент; C) Стратегическое планирование; D) Стратегический контроль; E) Стратегическая ситуация.
24	Расположите стадии процесса стратегического планирования в правильной последовательности: 1) Выбор стратегии; 2) Определение миссии и целей организации; 3) Реализация стратегии; 4) Оценка и контроль выполнения; 5) Анализ среды, включающий в себя сбор информации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, а также ее потенциальных возможностей на основании имеющейся внешней и внутренней информации.	A) 5; 2; 1; 4; 3; B) 2; 5; 1; 3; 4; C) 2; 5; 3; 1; 4; D) 5; 1; 2; 3; 4; E) 1; 5; 3; 2; 4.
Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность		
25	Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе – это:	A) Стратегическое планирование; B) Стратегический контроль; C) Стратегическое управление персоналом организации; D) Стратегический менеджмент; E) Стратегия.
26	В цели стратегического управления персоналом входит:	A) Развитие эффективных систем коммуникации между управленческим звеном и другими сотрудниками, между департаментами и отделами; B) Создание механизмов борьбы с последствиями психологического восприятия перемен; C) Регулирование уровня оплаты труда, доста-



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		точного для подбора, удержания и мотивации персонала на всех организационных уровнях; D) направленность управленческих воздействий на изменение потенциала персонала; Е) ответы А, В, С.
27	Объектами стратегического управления персоналом не являются:	А) сотрудники организации; B) условия труда; C) рынок труда; D) структура персонала; E) организационная культура.
28	Какой стратегии организации соответствует стратегия управления персоналом, при которой происходит поиск и привлечение работников-новаторов, инициативных, контактных, с долговременной ориентацией, готовых рисковать, не боящихся ответственности?	А) Предпринимательская стратегия; B) Стратегия динамического роста; C) Стратегия прибыльности; D) Ликвидационная стратегия; E) Стратегия круговорота (циклическая).
29	Какой стратегии организации соответствует стратегия управления персоналом, которая ориентируется на критерии количества и эффективности в области персонала?	A) Предпринимательская стратегия; B) Стратегия динамического роста; С) Стратегия прибыльности; D) Ликвидационная стратегия; E) Стратегия круговорота (циклическая).
30	В принципы стратегического управления персоналом не входит:	A) долгосрочность оцениваемых перспектив; B) направленность управленческих воздействий на изменение потенциала персонала; C) создание возможностей эффективной реализации потенциала; D) альтернативность выбора в зависимости от состояния внешней и внутренней среды; Е) ответы А, D.
Тема 7. Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях		
31	Стратегическое решение – это:	A) Анализ внешней и внутренней среды организации; B) Разработка стратегических альтернатив; С) Выбор альтернативного варианта стратегического поведения предприятия; D) Реализация стратегического плана; E) Реализация стратегических целей и задач.
32	Управленческое решение как процесс – это:	A) Приказ или постановление; В) Поиск, переработка и анализ информации, разработка альтернатив, выбор лучшей из них, утверждение и реализация; C) План действий, программа; D) Устное или письменное распоряжение; E) Ответы В и С.
33	Установите взаимосвязь между различными параметрами решения и уровнем его принятия: чем выше уровень принятия решения, тем _____ степень ответственности за принимаемое решение.	A) Меньше; В) Больше; C) Выше; D) Ниже; E) Надежнее.
34	Установите взаимосвязь между различными параметрами решения и уровнем его принятия: чем выше уровень принятия решения, тем _____ времени требуется на разработку решения.	A) Меньше; В) Больше; C) Выше; D) Ниже; E) неопределенное ориентир.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью
предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

35	Расположите уровни принятия решений в организации в порядке возрастания: 1) тактические; 2) стратегические; 3) оперативные.	A) 1, 2, 3; B) 3, 1, 2; C) 1, 3, 2; D) 2, 1, 3; E) 2, 3, 1;
36	Разработка решения производится:	A) Индивидуально руководителем; B) В группе; C) С участием экспертов; D) Руководителями отделов; E) Ответы А, D.
Тема 8. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности		
37	К какому виду эталонных стратегий относится стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка и стратегия развития продукта?	A) стратегии концентрированного роста; B) стратегии интегрированного роста; C) стратегии диверсифицированного роста; D) стратегии сокращения; E) стратегии роста.
38	Какой стратегии организации соответствует стратегия управления персоналом, которая ориентируется на критерии количества и эффективности в области персонала?	A) Предпринимательская стратегия; B) Стратегия динамического роста; C) Стратегия прибыльности; D) Ликвидационная стратегия; E) Стратегия круговорота (циклическая).
39	К какому виду эталонных стратегий относится стратегия ликвидации и стратегия "сбора урожая"?	A) стратегии концентрированного роста; B) стратегии интегрированного роста; C) стратегии диверсифицированного роста; D) стратегии сокращения; E) стратегия минимизации издержек.
40	Форма бизнес исследований и направление прикладной социологии, которые фокусируются на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике	A) стратегия маркетинга проекта B) концепция маркетинга проекта C) маркетинговые исследования D) бюджет маркетинга проекта E) программа маркетинга проекта
41	Совокупность глобальных (общезначимых для всего проекта) целевых установок (структуры целей, принципиальных методов их достижения), ориентирующих всю деятельность по маркетингу проекта в направлении достижения максимального рыночного результата	A) стратегия маркетинга проекта B) концепция маркетинга проекта C) маркетинговые исследования D) бюджет маркетинга проекта E) программа маркетинга проекта
42	Тактический срез всей маркетинговой деятельности, в котором определяются среднесрочные, важные (но, в отличие от стратегии, не общезначимые для всего проекта) направления, целевые ориентиры, выбранные методы реализации определенной ранее стратегии	A) стратегия маркетинга проекта B) концепция маркетинга проекта C) маркетинговые исследования D) бюджет маркетинга проекта E) программа маркетинга проекта
Тема 9. Человеческий ресурс повышения конкурентоспособности		
43	Вид экономической сделки, в процессе которой происходит обмен денежными средствами, товарами, услугами, работами на возможности размещение рекламы, проведение маркетинговых мероприятий, стимулирование сбыта и т.д.:	A) патронаж B) благотворительность C) меценатство D) грант E) спонсорство
44	Денежные средства полученные от различных организаций, на конкурсной основе, с целью вложения некоммерческий проект	A) патронаж B) благотворительность C) меценатство D) грант

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 11 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		Е) спонсорство
45	Объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами	А) кластер В) иерархия С) группа D) компания E) холдинг
46	Проблемы, связанные коммуникациями	А) сложные отношения друг с другом В) молодые специалисты С) языковой барьер D) сотрудники не желают воспринимать новую информацию E) при выявлении рисков не принимаются меры по их устранению
47	Что не относится к действиям менеджера в рамках управления проектом?	А) планирование сроков В) разработка концепции С) выявление рисков, контроль над сроками D) подбор человеческих ресурсов E) заключение контрактов
48	К этому типу относятся команды, сотрудники которой получают большую свободу действий в таких сферах, как финансирование, составление графиков работы или наем новых работников	А) кросс-функциональная команда В) проектная команда С) самоуправляемая команда D) корпоративная команда E) бригадная команда

3.2.2 Примерный перечень кейсов

№ п/п	Формулировка задания
Тема 7. Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях	
1	<p style="text-align: center;">Решить кейс-задание «Выбор зарубежного целевого рынка»</p> <p>Производитель высококачественного высокотехнологического ткацкого оборудования германская фирма «Glog» в 1988г. имела общий объем продаж более 300 млн. марок. В отличие от конкурентов машины «Glog» вместо классического челнока используют специальные гибкие стержни, которые позволяют ткать непосредственно из пряжи. Повсеместный спрос на текстильное волокно возрастает в среднем на 2,6% в год. Степень насыщенности рынка, по оценке специалистов, составляет 40 фунтов на человека, что равно утроенной норме потребностей человека на сегодняшний день. Особенность текстильной промышленности — потребность в большом количестве рабочей силы. В 80-е годы в Европе и США издержки по рабочей силе значительно возросли, что послужило главной причиной для переброски многими компаниями своих производственных мощностей в развивающиеся страны Азии и Латинской Америки. Однако свои исследования и разработки эти компании обычно проводили в стране происхождения. По прогнозам, в 90-е годы важнейшими рынками будут Европа и Азия. И хотя в Азии объемы продаж превысят европейские, в Европе ожидается значительно меньшая степень ценовой конкуренции. В условиях усиления конкурентной борьбы между производителями ткацкого оборудования, как на внутреннем, так и на зарубежных рынках развитых стран, корпорация «Glog» решила изучить рынок Латинской Америки. Менеджеры выделили наиболее важные рынки: Бразилия, Аргентина, Колумбия, Мексика, Эквадор, Чили, Венесуэла. Кабинетные исследования дали определенные представления о некоторых особенностях рынка экспорта: уровень развития промышленности в этих странах достаточно современный, но доход на душу населения различен. Так, в Мексике он составляет около 2000 долл. в год, а в Венесуэле — около 800 долл. Политических барьеров для создания филиала в этих странах нет, но имеются некоторые торговые барьеры, затрудняющие перевод денег туда, а дохода — в Германию. В некоторых странах (Бразилия, Аргентина) для получения разрешения на экспорт ткацких</p>

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 12 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	<p>машин необходимо доказать, что качество тканей, производимых на таких машинах, коренным образом отличается от имеющихся на рынке. Обычаи латиноамериканских стран, связанные с деловым обращением, отдают приоритеты личным контактам между продавцом и покупателем. Исследования показали, что емкость рынка — 500-600 машин в год при средней цене около 80000 марок. Специалисты корпорации предполагают, что ее доля на этом рынке может составлять 25-30%, а объем продаж — 12-15 млн. марок в год. Объем продаж основных конкурентов на рынках латиноамериканских стран (крупные фирмы Японии, Бельгии, Италии, Швейцарии, Франции) составляет 138 млн. марок в год. Товарная структура их продаж включает наряду с машинами системы управления и другое техническое оборудование. Сбытовая сеть ткацкого оборудования достаточно развита.</p> <p>Задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте всю имеющуюся информацию о внешней среде и внутренних возможностях корпорации «Glor» и разработайте обоснование для целесообразности ее выхода на рынки латиноамериканских стран. 2. Какая стратегия выхода на рынки стран Латинской Америки может быть использована корпорацией «Glor»? 3. Какую стратегию выбора оптимального рынка вы бы порекомендовали компании?
	Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность
2	<p style="text-align: center;">Решить кейс-задания</p> <p>А) Иванов Иван Петрович решил создать собственное предприятие, так как всегда мечтал об этом. Он поставил перед собой цель: создать небольшую булочную на другом конце улицы. Он тщательно готовился, учился, брал пример с опытных бизнесменов и организовал свое дело. Спланировал он все достаточно грамотно и бизнес начал вскоре приносить прибыль, появились постоянные покупатели, и все было относительно стабильно. Продолжалось это в течение двух лет, но вскоре рядом с булочной Ивана Петровича появилась большая кондитерская с гораздо большим ассортиментом и гибкими ценами. Спустя месяц булочная Ивана Петровича закрылась. Почему бизнес Ивана Петровича прожил так недолго, ведь все шло хорошо?</p> <p>В) Василий Иванович получил наследство богатого дедушки и решил организовать собственный бизнес, открыть фитнес-центр. Взял дополнительный кредит в банке, купил бизнес план у хорошего специалиста и спустя 6 месяцев открыл свой фитнес- центр. Он считал, что на этом его миссия закончена и можно пожинать плоды, постепенно возвращать кредит и получать прибыль. Но, конкуренты, у которых уже был фитнес-центр такого типа в данном районе, решили переманить клиентов Василия Ивановича недобросовестным путем. Василий Иванович не был к этому готов, а тут еще и налоговая служба с пожарной инспекцией серьезно придралась к его организации. Такого поворота событий Василий Иванович не ждал и вскоре на месте его фитнес центра образовался магазин, но уже совершенно с другим хозяином. Бизнес Василия Ивановича прогорел вместе с наследством дедушки. Почему так произошло?</p> <p>С) Аркадий Валерьевич решил создать свой бизнес. Он хотел создать организацию по производству контрольных браслетов для баров, ресторанов, клубов и т.д. До него на рынке этого города никто этим не занимался, приходилось все заказывать из Москвы. Он был слабо знаком со стратегическим планированием и решил не заморачиваться по этому поводу. Его бизнес занял свою нишу и существовал 4 года, за это время Аркадий Валерьевич диверсифицировал деятельность своего бизнеса (не меняя основного профиля) и создал множество магазинов по всему городу. В это же время Клавдия Семеновна также решила создать свой бизнес. Основной профиль создаваемого бизнеса был абсолютно такой же, как и у Аркадия Валерьевича, но, в отличие от него она была экономистом и к стратегическому планированию отнеслась с гораздо большей серьезностью и ответственностью. Четко сформулировала миссию, составила грамотный бизнес- план. Основная цель звучала так: «Стать основным производителем контрольных браслетов на рынке города». Спустя год ее фирма закрылась, организовала она все гораздо тщательнее Аркадия Валерьевича, но почему же его бизнес существует до сих пор, а она была вынуждена уйти с рынка?</p>

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 13 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Порядок проведения экзамена

Экзамен проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает тесты (40 тестовых заданий). Продолжительность – 60 минут. На втором этапе студент решает практические задания – 1 кейс. Продолжительность – 30 минут.

4.2 Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

4.2.1 Критерии оценивания тестов

Максимальный балл за ответ на тесты – 20 баллов.

Отлично/ зачтено/ 18-20 баллов	Хорошо/ зачтено/ 15-17 баллов	Удовлетворительно/ зачтено/ 10-14 баллов	Неудовлетворительно/ незачтено/ 0-9 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Обучающийся практически не допускает ошибок.	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Обучающийся допускает незначительные ошибки.	Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся допускает терминологические ошибки, не оперирует терминологическим запасом по теме.	Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми терминологическими ошибками, либо отказывается от ответов на вопросы.

4.2.2 Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за решение практического задания (кейса) – 20 баллов.

Оценка	Отлично/ зачтено	Хорошо/ зачтено	Удовлетворительно/ зачтено	Неудовлетворительно/ незачтено

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 14 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Баллы	18-20 баллов	15-17 баллов	10-14 баллов	0-9 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	продвинутый	пороговый	недостаточный
	выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочётов, допустил не более одного недочёта	если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух недочётов.	если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочётов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочётов, допускает искажение фактов.	если студент допустил число ошибок и недочётов превосходящее норму, при которой может быть выставлено «удовлетворительно»

4.3 Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей и рубежной (по очной форме обучения) аттестации и экзамена и текущей аттестации и экзамена (по заочной форме обучения).

Оценка «А», «А-» (**«отлично»**) или **«зачтено»** ставится если студент обнаружил все-стороннее, систематическое и глубокое знание пройденного учебно-программного материала, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с поставленными задачами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок, уяснил взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значение для приобретения профессии, своевременно и правильно выполнял домашние задания.

Оценка «В+», «В», «В-» (**«хорошо»**) или **«зачтено»** - если студент твердо знает учебно-программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применить теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических задач.

Оценка «С+», «С», «С-», «D+», «D» (**«удовлетворительно»**) или **«зачтено»** - если студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий, испытывает большие затруднения в систематизации учебного материала.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 15 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Оценка «F» («неудовлетворительно») или «незачтено» - если студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большим затруднением выполняет практические работы, не выполняет задания, предусмотренные формами текущего, рубежного и промежуточного контроля.

Многобалльная система оценки знаний

Процентное содержание	Цифровой эквивалент баллов	Оценка по буквенной системе	Оценка по традиционной системе
95-100	4,0	A	Отлично
94-90	3,67	A-	
89-85	3,33	B+	Хорошо
84-80	3,0	B	
79-75	2,67	B-	
74-70	2,33	C+	Удовлетворительно
69-65	2,0	C	
64-60	1,67	C-	
59-55	1,33	D+	
54-50	1,0	D	
49-0	0	F	

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: знать методики оценки конкурентоспособности организаций, основные цели, принципы, методы эффективного управления конкурентоспособностью организации в условиях рыночной экономики. Уметь разрабатывать с учётом маркетинговых данных перспективные планы развития организации в конкурентной среде, исследовать и систематизировать факторы, определяющие конкурентоспособность организации, в том числе на перспективу, выявлять определяющие факторы конкурентоспособности на международных рынках. Владеть методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации, навыками использования показателей для оценки конкурентоспособности фирмы, необходимые для эффективного управления конкурентоспособностью.

2. Продвинутый уровень соответствует оценке хорошо:

предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: знать пути повышения уровня конкурентоспособности организаций, методы анализа (SWOT, бенчмаркинг, метод построения конкурентной карты рынка), содержание и особенности конкурентного анализа отрасли, базовые факторы конкурентоспособности организации и их классификацию. Уметь анализировать конкурентную среду, разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности организаций и обосновывать их выбор, разрабатывать эффективные управленческие решения по управлению конкурентоспособностью на основе анализа и оценки внутренней и внешней среды. Владеть навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике; методиками оценки конкурентоспособности организаций, анализа конкурентной среды, технологиями измерения и оценки конкурентоспособности экономических объектов.

3. Пороговый уровень соответствует оценке удовлетворительно:

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 16 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знать принципы развития и закономерности функционирования организации, основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности организаций, пути повышения уровня конкурентоспособности организаций, общие положения о конкурентоспособности экономических объектов, понятие конкурентоспособности организации, понятие сущности управления конкурентоспособностью. Уметь разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организаций, оценивать конкурентоспособность товаров, разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности, выполнять оценку конкурентоспособности организации с использованием разных методик. Владеть методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы, специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью, навыками и инструментами разработки и управления конкурентоспособностью проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.

4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».