	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК»
Б1.В.ДВ.01.02	Кафедра экономики и организации предприятий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
учебной дисциплины

**«Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК»**

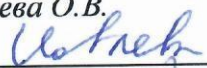

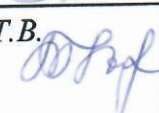
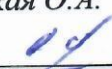
Направление подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы  
Менеджмент

Уровень подготовки  
бакалавр

Форма обучения  
очная, заочная

Екатеринбург, 2019

	<i>Должность</i>	<i>Фамилия/ Подпись</i>	<i>Дата № протокола</i>
<b>Разработал:</b>	<i>Доцент кафедры</i>	<i>Иовлева О.В.</i> 	<i>11 янв 2019</i>
<b>Согласовали:</b>	<i>Заведующий кафедрой</i>	<i>Стожко К.П.</i> 	<i>11 янв 2019 №6</i>
	<i>Председатель учебно-методической комиссии Института экономики, финансов и менеджмента</i>	<i>Зырянова Т.В.</i> 	<i>15 янв 2019 №5</i>
<b>Утвердил:</b>	<i>Директор Института экономики, финансов и менеджмента</i>	<i>Рущицкая О.А.</i> 	<i>15 янв 2019</i>
<b>Версия: 1.0</b>		КЭ:1	УЭ № _____
			<i>Стр 1 из 12</i>

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Введение .....	3
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
3. Место дисциплины в структуре ОП, междисциплинарные связи .....	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	4
4.1 Модули (разделы) дисциплин и виды занятий .....	5
4.2. Содержание модулей (разделов) дисциплин .....	6
4.3. Детализация самостоятельной работы .....	7
5. Перечень учебно-методического и программного обеспечения дисциплины.....	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	7
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	8
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	9
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	9
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	10
12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями.....	11



## 1. Введение

Дисциплина «Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК»:

Конкуренция выступает как одна из наиболее важных тенденций функционирования и развития экономики. Глубинные истоки конкуренции в экономике содержатся в принципиальной невозможности полного совпадения интересов субъектов бизнеса на фоне относительной ограниченности благ и невозможности обеспечения равенства в доступе каждого из экономических субъектов к этим благам.

Роль управления конкурентоспособностью на уровне предприятия постоянно повышается. Отечественная и мировая практика показывают, что большинство фирм терпят большие убытки только потому, что не предусмотрели или неправильно спрогнозировали изменения конкурентной среды и не оценили свои внутренние возможности, ошиблись в выборе стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы. В связи с этим овладение техникой управления конкурентоспособностью предприятий АПК становится сегодня актуальной задачей.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины студент должен овладеть компетенции:

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- определения конкурентоспособности применительно к различным объектам управления: продукции, товару, предприятию;
- основные составляющие элементы конкурентоспособности продукции: качество и цена потребления;
- системообразующие факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции и предприятия;
- пути повышения конкурентоспособности предприятий.

### **Уметь:**

- определять цели и задачи конкретного предприятия в области обеспечения его конкурентоспособности;
- обосновывать факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия и выпускаемой им продукции;
- определять составляющие элементы конкурентоспособности продукции и предприятия, провести оценку конкурентоспособности предприятия.

### **Владеть:**

- экономической терминологией и лексикой данной дисциплины;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по конкурентоспособности предприятий и практикой ее развития;
- навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике.

## 3. Место дисциплины в структуре ОП, междисциплинарные связи

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК» относится к блоку 1 «Дисциплины (модули)» вариативной части, дисциплины по выбору.

Траектория формирования компетенций выделяет этапы (курсы) формирования в



соответствии с календарным графиком учебного процесса, при этом соблюдается принцип нарастающей сложности.

Основными этапами формирования указанных компетенций при освоении дисциплины является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Этапность формирования компетенций прямо связана с местом дисциплины в образовательной программе

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Курс/семестр	
	Очное (7 семестр)	Заочное (8 семестр, 9 семестр)
Контактная работа* (всего)	72	28
В том числе:		
Лекции	36	14
Практические занятия (ПЗ)	36	14
Самостоятельная работа (всего):	108	152
Общая трудоёмкость, зач.ед.	180	180
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

\*Контактная работа по дисциплине может включать в себя занятия лекционного типа, практические и (или) лабораторные занятия, групповые и индивидуальные консультации и самостоятельную работу обучающихся под руководством преподавателя, в том числе в электронной информационной образовательной среде, а также время, отведенное на промежуточную аттестацию. Часы контактной работы определяются «Положением об установлении минимального объёма контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объёма занятий лекционного и семинарского типов в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ, утвержденным врио ректора 26 октября 2017 года.

В учебном плане отражена контактная работа только занятий лекционного и практического и (или) лабораторного типа. Иные виды контактной работы планируются в трудоёмкость самостоятельной работы, включая контроль.

#### Содержание дисциплины

Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности. Конкуренция: понятие и виды. Модель конкурентных сил. Конкурентная стратегия. Риски базовых вариантов стратегий. Конкурентные преимущества. Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия АПК. Конкурентоспособность предприятия АПК. Методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы. Конкурентный потенциал фирмы. Пути повышения конкурентоспособности фирмы. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность товара. Методы определения параметров конкурентоспособности товара. Пути повышения конкурентоспособности товаров.

**4.1 Модули (разделы) дисциплин и виды занятий*****Очная форма обучения***

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего
1	<b><i>Модуль 1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности</i></b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>60</b>
	Тема 1. Конкуренция: понятие и виды.	2	2	6	10
	Тема 2. Модель конкурентных сил	2	2	10	14
	Тема 3. Конкурентная стратегия. Риски базовых вариантов стратегий.	4	4	10	18
	Тема 4. Конкурентные преимущества	4	4	10	18
2	<b><i>Модуль 2. Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия АПК</i></b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>72</b>
	Тема 5. Конкурентоспособность предприятия АПК	4	4	6	14
	Тема 6. Методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы.	6	6	10	22
	Тема 7. Конкурентный потенциал фирмы	4	4	10	18
	Тема 8. Пути повышения конкурентоспособности предприятия АПК	4	4	10	18
3	<b><i>Модуль 3. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности товара</i></b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>36</b>	<b>48</b>
	Тема 9. Конкурентоспособность товара	2	2	12	16
	Тема 10. Методы определения параметров конкурентоспособности товара	2	2	12	16
	Тема 11. Пути повышения конкурентоспособности товаров	2	2	12	16
	<b>Итого:</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	<b>180</b>

***Заочная форма обучения***

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего
1	Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности	2	2	56	60
2	Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия АПК	6	6	60	72
3	Оценка и прогнозирование конкурентоспособности товара	6	6	36	48
	<b>Итого:</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>152</b>	<b>180</b>

**4.2. Содержание модулей (разделов) дисциплин  
Очная и заочная форма обучения**

Наименование раздела	Содержание модуля (раздела)	Трудоёмкость (час.)	Формируемые компетенции	Формы контроля	Технологии интерактивного обучения**
1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности	Тема 1. Конкуренция: понятие и виды.	60	ПК-3	Тестирование, решение задач	Работа в группах
	Тема 2. Модель конкурентных сил				
	Тема 3. Конкурентная стратегия. Риски базовых вариантов стратегий				
	Тема 4. Конкурентные преимущества				
2. Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия АПК	Тема 5. Конкурентоспособность предприятия АПК	72	ПК-3	Тестирование, решение задач	Работа в группах
	Тема 6. Методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы				
	Тема 7. Конкурентный потенциал фирмы				
	Тема 8. Пути повышения конкурентоспособности фирмы				
3. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности товара	Тема 9. Конкурентоспособность товара	48	ПК-3	Тестирование, решение задач	Работа в группах
	Тема 10. Методы определения параметров конкурентоспособности товара				
	Тема 11. Пути повышения конкурентоспособности товаров				

**4.3. Детализация самостоятельной работы**

№ п/п	Наименование модуля (раздела) дисциплины	Тематика самостоятельной работы	Формы самостоятельной работы*	Трудоемкость, часы	
				очно	Заочно
1.	Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности	Тема 1. Конкуренция: понятие и виды.	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке	36	56
		Тема 2. Модель конкурентных сил			
		Тема 3. Конкурентная стратегия. Риски базовых вариантов стратегий			
		Тема 4. Конкурентные преимущества			
2.	Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия АПК	Тема 5. Конкурентоспособность предприятия АПК	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке	36	60
		Тема 6. Методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы			
		Тема 7. Конкурентный потенциал фирмы			
		Тема 8. Пути повышения конкурентоспособности фирмы			
3.	Оценка и прогнозирование конкурентоспособности товара	Тема 9. Конкурентоспособность товара	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке	36	36
		Тема 10. Методы определения параметров конкурентоспособности товара			
		Тема 11. Пути повышения конкурентоспособности товаров			

**5. Перечень учебно-методического и программного обеспечения дисциплины**

- Методические указания к самостоятельной работе для студентов очной и заочной формы обучения по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент по дисциплине «Стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК» / сост. Иовлева О.В. – Екатеринбург: Изд-во Уральский ГАУ, 2019.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине****6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (ФОС)**

Приложение 1 к рабочей программе

**7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:****а) основная литература**



1. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — <https://biblio-online.ru/book/menedzhment-425902>

2. Зекунов, А. Г. Управление качеством : учебник для бакалавров / А. Г. Зекунов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 475 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — <https://biblio-online.ru/book/upravlenie-kachestvom-425159>

3. Минаков, И.А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК [Электронный ресурс] : учебник / И.А. Минаков. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2017. — 404 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91296>.

4. Иовлева О.В. Конкурентоспособность предприятий: Учебное пособие. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2017. – 125 с.

#### **б) дополнительная литература**

5. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Д. Куртц, пер.: В.Н. Егоров, Л. Бун. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 1040 с.: ил. - (Зарубежный учебник). - Пер. с англ. - ISBN 0-324-18510-3 (англ.). - ISBN 5-238-00888-0 (рус.). - ISBN 978-5-238-00888-0 (рус.). - ISBN 978-0-324-18510-3 (англ.). - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/352579>

6. Синяева, И.М. Маркетинг в малом бизнесе [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.В. Земляк, В.В. Синяев, И.М. Синяева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с. - ISBN 5-238-01107- . - ISBN 978-5-238-01107-5. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/351572>

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

##### *1) интернет-ресурсы библиотеки:*

- электронные учебно-методические ресурсы (ЭУМР),
- электронный каталог Web ИРБИС;
- электронные библиотечные системы: ЭБС «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>
- ЭБС «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru>;
- ЭБС «Рукопт» – <http://lib.rucont.ru>
- доступ к информационным ресурсам «eLIBRARY», «УИС РОССИЯ» и «Polpred.com».

##### *2) Профессиональные базы данных:*

- международная информационная система по сельскому хозяйству и смежным с ним отраслям - AGRIS <http://agris.fao.org/agris-search/index.do>
- базы данных официального сайта ФГБУ «Центр агроаналитики» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <http://www.specagro.ru/#/>
- базы данных информационных ресурсов «Polpred.com», «УИС РОССИЯ», «eLIBRARY»
- официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/accounts/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/)

##### *3) система ЭИОС на платформе Moodle*





## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебным планом при изучении дисциплины предусмотрены практические занятия, а также самостоятельная работа обучающихся.

Практические занятия проводятся с целью закрепления и более тщательной проработки материала по основным разделам дисциплины.

Чтобы получить необходимое представление о дисциплине и о процессе организации её изучения, целесообразно в первые дни занятий ознакомиться с рабочей программой дисциплины на платформе MOODLE или на сайте университета.

В процессе изучения дисциплины, обучающиеся должны самостоятельно изучить теоретическую часть материала, для чего необходимо ознакомиться с конспектом лекций, литературой, указанной в списке основной и дополнительной литературы.

Основные понятия и определения, используемые в курсе, можно эффективно закрепить, обратившись к тексту глоссария.

Проверить степень овладения дисциплиной помогут вопросы для самопроверки и самоконтроля (вопросы к зачету), ответы на которые позволят студенту систематизировать свои знания, а также тесты, выложенные на платформе MOODLE в фонде оценочных средств по дисциплине.

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для формирования этапов компетенций у обучающихся в процессе изучения данной дисциплины применяются традиционные (пассивные) и инновационные (активные) технологии обучения в зависимости от учебных целей с учетом различного сочетания форм организации образовательной деятельности и методов ее активизации с приоритетом на самостоятельную работу обучающихся.

Для успешного овладения дисциплиной используются следующие информационные технологии обучения:

При проведении лекций используются презентации материала в программе Microsoft Office (Power Point), выход на профессиональные сайты, использование видеоматериалов различных интернет-ресурсов.

Практические занятия по дисциплине проводятся с использованием платформы MOODLE, Справочной правовой системы «Консультант Плюс».

В процессе изучения дисциплины учебными целями являются восприятие учебной информации, ее усвоение, запоминание, а также структурирование полученных знаний и развитие интеллектуальных умений, ориентированных на способы деятельности репродуктивного характера. Посредством использования этих интеллектуальных умений достигаются узнавание ранее усвоенного материала в новых ситуациях, применение абстрактного знания в конкретных ситуациях.

Для достижения этих целей используются в основном традиционные информативно-развивающие технологии обучения с учетом различного сочетания пассивных форм (практическое занятие, консультация, самостоятельная работа) и репродуктивных методов обучения (повествовательное изложение учебной информации, объяснительно- иллюстративное изложение, чтение информативных текстов) и лабораторно-практических методов обучения (упражнение, инструктаж, проектно-организованная работа).



Для организации учебного процесса используется программное обеспечение, обновляемое согласно лицензионным соглашениям.

**Программное обеспечение:**

- Microsoft Win Home 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine. Договор от 17.05.2018 (лицензия бессрочная); Microsoft Win PRO 10 RUS Upgrd OLP NL Acdm. Договор от 17.05.2018 (лицензия бессрочная);

- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018 до 13.03.2020 г.

**Информационные справочные системы:**

- Информационно-правовой портал ГАРАНТ – режим доступа: <http://www.garant.ru/>

- Справочная правовая система «Консультант Плюс» (Договор № 29/12 -9-бн Поставки и сопровождения экземпляров систем КОНСУЛЬТАНТПЛЮС от 01.01.2019).

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. №4416	Аудитория, оснащенная столами и стульями; Переносные: - демонстрационное мультимедийное оборудование (ноутбук, экран, проектор); - комплект электронных учебно-наглядных материалов (презентаций) на флеш-носителях, обеспечивающих тематические иллюстрации.	Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018 до 13.03.2020 г.
<b>Самостоятельная работа</b>		
Помещение для самостоятельной работы – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4412, 4420 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 42 Литер Е читальный зал - № 5104, 5208	Аудитория, оснащенная столами и стульями; Переносным демонстрационным мультимедийным оборудованием (ноутбук, экран, проектор); рабочими местами, оснащенными компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронно-образовательную среду	Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 17E0-180227-123942-623-1585, срок с 21.02.2018



		до 13.03.2020 г.
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования		
620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4412а	Переносное демонстрационное оборудование (мультимедийные проекторы, экраны, ноутбуки)  Расходные материалы для ремонта и обслуживания техники.  Места для хранения оборудования	

## 12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предъявляются особые требования к организации образовательного процесса и выбору методов и форм обучения при изучении данной дисциплины, в случае зачисления таких обучающихся.

Для обучения студентов с нарушением слуха предусмотрены следующие методы обучения:

- объяснительно-иллюстративный метод (лекция, работа с литературой);
- репродуктивный (студенты получают знания в готов виде);
- программированный или частично-поисковый (управление и контроль познавательной деятельности по схеме, образцу).

Для повышения эффективности занятия используются следующие средства обучения:

- учебная, справочная литература, работа с которой позволяет развивать речь, логику, умение обобщать и систематизировать информацию;
- словарь понятий, способствующих формированию и закреплению терминологии;
- структурно-логические схемы, таблицы и графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, активирующие различные виды памяти;
- раздаточный материал, позволяющий осуществить индивидуальный и дифференцированный подход, разнообразить приемы обучения и контроля;
- технические средства обучения.

Во время лекции используются следующие приемы:

- наглядность;
- использование различных форм речи: устной или письменной – в зависимости от навыков, которыми владеют студенты;
- разделение лекционного материала на небольшие логические блоки.

Учитывая специфику обучения слепых и слабовидящих студентов, соблюдаются следующие условия:

- дозирование учебных нагрузок;
- применение специальных форм и методов обучения, оригинальных учебников и наглядных пособий;



Во время проведения занятий происходит частое переключение внимания обучающихся с одного вида деятельности на другой. Также учитываются продолжительность непрерывной зрительной нагрузки для слабовидящих. Учет зрительной работы строго индивидуален.

Искусственная освещенность помещения, в которых занимаются студенты с пониженным зрением, оставляет от 500 до 1000 лк. На занятиях используются настольные лампы.

Формы работы со студентами с нарушениями опорно-двигательного аппарата следующие:

- лекции групповые (проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог, лекция с применением дистанционных технологий и привлечением возможностей интернета).

- индивидуальные беседы;

- мониторинг (опрос, анкетирование).

Конкретные виды и формы самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем самостоятельно. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляются с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий



**1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ  
В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Код компетенции	Формулировка	Разделы дисциплины		
		1	2	3
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	+	+	+

**2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ  
НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ  
ОЦЕНИВАНИЯ****2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины**

Виды оценок	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале (экзамен)	2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)

**2.2 Текущий контроль**

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-3	Знать: - определения конкурентоспособности применительно к различным объектам управления: продукции, товару, предприятию; - основные составляющие элементы конкурентоспособности продукции: качество и цена потребления; - пути повышения конкурентоспособности предприятий.	1, 2, 3	Системообразующие факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции и предприятия;	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Тестирование;	пункт 3.2.,	пункт 3.2.,	пункт 3.2.,
	Уметь: - определять цели и задачи конкретного предприятия в области обеспечения его конкурентоспособности; - обосновывать факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия и выпускаемой им продукции.	1, 2, 3	Определение составляющих элементов конкурентоспособности продукции и предприятия АПК; Проведение оценки конкурентоспособности предприятия АПК.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Решение задач	пункта 3.3.	пункта 3.3.	пункта 3.3.
	Владеть: - экономической терминологией и лексикой данной дисциплины; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по конкурентоспособности предприятий и практикой ее развития; - навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике.	1, 2, 3	- решения практических задач и ситуаций.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Решение задач	пункта 3.3.	пункта 3.3.	пункта 3.3.

**2.3 Промежуточная аттестация**

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-3	<p>Знать: основные составляющие элементы конкурентоспособности продукции: качество и цена потребления</p> <p>Уметь: обосновывать факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия и выпускаемой им продукции</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по конкурентоспособности предприятий и практикой ее развития</p>	<p>Лекция</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>	Экзамен (в виде устного ответа по вопросам)	Из пункта 3.1		



#### 2.4. Критерии оценки тестирования

Результат зачета	Критерии (дописать критерии в соответствии с компетенциями)	Показатель оценки сформированности компетенции
«зачтено» (уровень не ниже порогового)	В результате оценки студент показал частичную сформированность компетенций на данном этапе по знаниям основ конкурентоспособности предприятий АПК	Не менее 70% правильных ответов на тестовые задания
«не зачтено»	В результате оценки студент показал сформированность компетенций	Обучающийся набрал менее 70% правильных ответов на тестовые задания

#### 2.5. Критерии решения задач

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Пороговый (удовлетворительно)	выставляется студенту, если он недостаточно владеет знаниями основного учебно-программного материала по основным вопросам конкурентоспособности предприятий АПК
Базовый (хорошо)	выставляется студенту, если он допускает отдельные погрешности в ответе, частично ориентируется в вопросах конкурентоспособности предприятий АПК
Повышенный (отлично)	выставляется студенту, если он определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры

#### 2.6. Процедура оценки

##### 2.6.1 Работа в семестре

В течение семестра в ходе выполнения заданий в виде тестирования, решения задач студент получает допуск к экзамену

№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
1	Тест	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
2	Решение задач	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)

Студент, выполнивший задания не ниже порогового (удовлетворительно) допускается на экзамен.

##### 2.6.2 Промежуточная аттестация

*Экзамен проводится в виде устного ответа по экзаменационным билетам*

Для формирования итоговой оценки знаний, умений и навыков сформированности компетенций студент сдает экзамен в виде устного ответа.

№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
1	Экзамен (в виде устного ответа по вопросам)			

### *2.7. Критерии оценки на экзамене*

Оценка	Критерий
«отлично»	Студент продемонстрировал ответ, содержащий: систематическое знание всего программного материала; свободное владение понятийным аппаратом, научным языком и терминологией; логически корректное и убедительное изложение ответа, умение аргументировать и обосновывать его.
«хорошо»	Студент продемонстрировал ответ, содержащий: умение пользоваться понятийным аппаратом в процессе анализа основных вопросов программы; корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа. Правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.
«удовлетворительно»	Студент продемонстрировал ответ, содержащий: фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины. Без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы
«неудовлетворительно»	Студент дал неправильные ответы на две трети поставленных основных вопросов. Неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

## **3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### *3.1. Вопросы к экзамену по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятий АПК»*

1. Научное содержание понятия «конкуренция», цель и условия конкуренции.
2. Характеристика видов конкуренции. Основные подходы к определению конкуренции.



3. Субъекты рыночной конкуренции. Виды рынков.
4. Формы и методы конкуренции.
5. Модель конкурентных сил (по М. Портеру).
6. Угроза вхождения новых конкурентов.
7. Факторы-барьеры для входа на рынок новых конкурентов.
8. Интенсивность соперничества между действующими конкурентами.
9. Угроза появления товаров-заменителей.
10. Рыночная власть покупателей.
11. Влияние со стороны поставщика.
12. Соперничество между действующими конкурентами.
13. Барьеры для выхода из отрасли. Ключевые характеристики отраслей, от которых зависит интенсивность воздействия конкурентных сил.
14. Сущность формулирования конкурентной стратегии (по М.Портеру).
15. Конкурентная стратегия «минимизации издержек».
16. Конкурентная стратегия «Дифференциации».
17. Конкурентная стратегия «Фокусирования».
18. Риски дифференциации.
19. Риски абсолютного лидерства в издержках.
20. Риски фокусирования.
21. Устойчивость конкурентных преимуществ.
22. Теория конкурентных преимуществ М.Портера.
23. Модель национального ромба.
24. Этапы жизненного цикла конкурентного преимущества.
25. Преимущества низкого и высокого порядка.
26. Матрица отраслевых конкурентных преимуществ.
27. Конкурентные преимущества как основа формирования конкурентной стратегии фирмы.
28. Конкурентоспособность как экономическая категория и ее многоаспектный характер.
29. Факторы формирования конкурентоспособности предприятия.
30. Типы конкурентов в зависимости от роли фирмы в конкурентной борьбе (по Ф. Котлеру).
31. Внешнее окружение системы управления конкурентоспособностью фирмы.
32. Графические методы оценки конкурентоспособности фирмы: метод «профиля требований».
33. Графические методы оценки конкурентоспособности фирмы: многоугольник конкурентоспособности.
34. Аналитические методы оценки конкурентоспособности фирмы: метод, базирующийся на оценке уровня конкурентоспособности товаров фирмы.
35. Аналитические методы оценки конкурентоспособности фирмы: метод на основе расчета рыночной доли.
36. Аналитические методы оценки конкурентоспособности фирмы: дифференцированный метод оценки.
37. Аналитические методы оценки конкурентоспособности фирмы: интегральный (индексный) метод оценки.
38. Аналитические методы оценки конкурентоспособности фирмы: метод, основанный на теории эффективной конкуренции.
39. Определения категории «конкурентоспособность товара».



40. Ценовые и неценовые факторы конкурентоспособности товара.

41. Оценка конкурентоспособности товара на основе определения интегрального показателя уровня конкурентоспособности.

42. Графические методы оценки конкурентоспособности товара: метод «многоугольника конкурентоспособности».

43. Графические методы оценки конкурентоспособности товара: метод «радара конкурентоспособности».

44. Матричные методы оценки конкурентоспособности товара.

45. Расчетные методы оценки конкурентоспособности товара.

46. Основные направления повышения конкурентоспособности товара.

47. Более точное приспособление товара к рыночным условиям.

48. Индивидуализация товара под запросы конкретного потребителя.

49. Совершенствование сервисного обслуживания.

50. Выбор и освоение новых рынков сбыта.

### **3.2 Тестирование по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятий АПК»**

#### **1. Конкурентными преимуществами могут быть факторы внешней среды фирмы?**

- а) да;
- б) нет.

#### **2. На объектном уровне конкурентоспособности исследуется конкурентоспособность:**

- а) продукции, фирмы;
- б) технологии, региона.

#### **3. По роли факторов в создании конкурентоспособного преимущества выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:**

- а) людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура;
- б) основные и развитые факторы;
- в) общие и специализированные факторы;
- г) внешние и внутренние факторы.

#### **4. Реализация конкурентной стратегии лидерства в издержках эффективна при следующих рыночных условиях:**

- а) преобладает ценовая конкуренция, товар однородный, стандартный;
- б) преобладает неценовая конкуренция;
- в) можно выделить множество отличительных характеристик товара, которые ценятся потребителями. Различным группам потребителей нужны определенные комбинации базовых свойств товара;
- г) все вышеперечисленное.

#### **5. К факторам, определяющим остроту конкурентной борьбы на отраслевом рынке, относится:**

- а) число фирм на отраслевом рынке;
- б) размер отраслевого рынка;



- в) темпы роста отраслевого рынка;
- г) все вышеперечисленное.

**6. Нормативно-производственные параметры оценки уровня конкурентоспособности товара включают:**

- а) показатели качества товара и другие его потребительские свойства;
- б) патентную чистоту изделий, соответствие параметров изделия существующим стандартам и нормам;
- в) составляющие цены потребления.

**7. Конкурентная стратегия дифференциации базируется на:**

- а) конкурентных преимуществ низкого порядка;
- б) конкурентных преимуществ высокого порядка;
- в) конкурентных преимуществ как низкого, так и высокого порядка.

**8. Одна из ведущих компаний отрасли, которая стремится удержать свою долю рынка, не делая при этом резких выпадов – это:**

- а) обслуживающая рыночную нишу компания;
- б) последователь;
- в) претендент на лидерство,
- г) лидер рынка.

**9. К методам оценки уровня конкурентоспособности предприятия относится:**

- а) метод построения профиля требований;
- б) метод построения многоугольника конкурентоспособности;
- в) метод балльной оценки с учетом коэффициентов весомости факторов;
- г) все вышеперечисленное.

**10. При оценке уровня конкурентоспособности товара к группе экономических параметров относятся:**

- а) цена закупки изделия;
- б) расходы на транспортировку и монтаж изделия;
- в) расходы на ремонт изделия в процессе эксплуатации;
- г) все вышеперечисленное.

**11. В общую систему детерминантов «национального ромба» М.Портер включил следующие вспомогательные детерминанты:**

- а) параметры факторов;
- б) роль случая, роль правительства;
- в) родственные и поддерживающие отрасли.

**12. Какой конкурентной стратегии придерживается фирма, если она обслуживает весь рынок и стремится поддерживать издержки ниже среднеотраслевых?**

- а) стратегия лидерства в издержках;
- б) стратегия дифференциации;
- в) стратегия фокусирования на издержках;
- г) стратегия фокусирования на дифференциации.



**13. Интегральный показатель относительной конкурентоспособности изделия определяется по формуле:**

а)  $K = I_{НП} * I_n / I_э$ ;

где  $I_{НП}$  – сводный индекс по группе нормативно-производственных параметров;

$I_n$  – сводный индекс по группе потребительских параметров;

$I_э$  – сводный индекс по группе экономических параметров.

б)  $K = I_{НП} * I_э / I_n$ ;

в)  $K = I_n * I_{НП} / I_э$ ;

г)  $K = I_э * I_n / I_{НП}$ .

**14. Все виды конкурентных преимуществ делятся на две группы: преимущества низкого порядка и преимущества высокого порядка. К конкурентным преимуществам низкого порядка относятся:**

а) возможность использования дешевых составляющих: рабочей силы, материалов (сырья), энергией;

б) уникальная продукция, уникальная технология;

в) оптимальная маркетинговая структура, организация производства, хорошая репутация фирмы.

**15. В перечень факторов конкурентоспособности предприятия входят:**

а) уровень цен;

б) уровень технологии;

в) качество продукции;

г) все вышеперечисленное.

**16. Оценка конкурентоспособности товара производится на основе трех групп показателей:**

а) нормативно-производственные, потребительские и экономические;

б) показатели надежности, эргономические, стоимостные;

в) показатели безопасности, эстетические, стоимостные;

г) экологические, потребительские, экономические.

**17. При оценке конкурентоспособности товара параметрический индекс в случае, если увеличение значения параметра приводит к улучшению потребительского свойства, определяется как:**

а) отношение значений параметра анализируемого товара и образца;

б) отношение значений параметра образца и анализируемого товара;

в) произведение значений параметра анализируемого товара и образца;

г) произведение значений параметра образца и анализируемого товара.

**18. В перечень факторов конкурентоспособности предприятия входят:**

а) объем продаж (натуральные и стоимостные показатели);

б) занимаемая доля рынка;

в) размещение предприятия;

г) все вышеперечисленное.

**19. К методам оценки уровня конкурентоспособности предприятия относится:**

а) метод суммы мест;



- б) метод балльной оценки;
- в) метод на основе теории эффективной конкуренции;
- г) все вышеперечисленное.

**20. При оценке уровня конкурентоспособности товара к группе потребительских параметров относятся:**

- а) технические характеристики изделия;
- б) эстетические показатели;
- в) конструктивно-эргономические показатели;
- г) все вышеперечисленные показатели.

**21. Метод построения профиля требований является аналитическим методом оценки уровня конкурентоспособности фирмы?**

- а) да;
- б) нет.

**22. Как определяется интегральный показатель качества?**

- а) соотношение комплексного показателя оцениваемого изделия к комплексному показателю базового;
- б) соотношение суммы величин всех параметров оцениваемого изделия к сумме величин всех параметров базового образца;
- в) соотношение суммарного полезного эффекта от эксплуатации или потребления продукции к суммарным затратам на приобретение и использование этой продукции.

**23. Конкурентоспособность товара определяется:**

- а) Потребителями;
- б) Производителями;
- в) Соблюдением нормативных параметров.

**24. Качество товара - это:**

- а) Совокупность физических, химических, эргономических и других параметров, характеризующих изделие;
- б) Степень успешности решения проблем потребителей;
- в) Уровень конкурентоспособности одного изделия относительно другого.

**25. При введении нового товара на рынок, маркетинговые решения направлены на:**

- а) повышение информированности потенциальных потребителей;
- б) поддержание позиций на остаточном рынке;
- в) максимизацию уровня охвата рынка в связи с расширяющимся спросом.

**26. Конкурентоспособность предприятия определяется...**

- а) оценкой конкурентоспособности его товара
- б) производственными мощностями предприятия
- в) связями с поставщиками
- г) наличием известных марок
- д) методом сравнения с приоритетным конкурентом

**27. Что характеризует комплексный показатель качества?**

- а) совокупность нескольких свойств продукции;
- б) совокупность оценок одного свойства продукции несколькими экспертами.

**28. Установите соответствие между группой потребительских параметров и примерами параметров товаров:**

1. Показатели назначения	1. Антропометрические, физиологические, психофизиологические, психологические.
2. Эргономические показатели	2. Безотказность, долговечность, ремонтпригодность.
3. Показатели надежности	3. Информационная выразительность, рациональность формы, композиционная целостность.
4. Эстетические показатели	4. Функциональная пригодность, взаимозаменяемость, совместимость.

**29. Верно ли утверждение, что метод «радара конкурентоспособности» товара относится к группе графических методов?**

- а) да
- б) нет

**30. М Портер выделил три типовые группы конкурентных стратегий: лидерства в издержках, дифференциация, фокусирование. Верно ли данное утверждение?**

- а) да
- б) нет

**31. В зависимости от уровня развития выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:**

- а) людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура;
- б) основные и развитые факторы;
- в) общие и специализированные факторы;
- г) внешние и внутренние факторы.

**32. Реализация конкурентной стратегии дифференциации эффективна при следующих рыночных условиях:**

- а) преобладает ценовая конкуренция, товар однородный, стандартный;
- б) преобладает неценовая конкуренция, можно выделить множество отличительных характеристик товара, которые ценятся потребителями. Различным группам потребителей нужны определенные комбинации базовых свойств товара;
- в) все вышеперечисленное.

**33. Потребительские параметры оценки уровня конкурентоспособности товара включают:**

- а) показатели качества товара и другие его потребительские свойства;
- б) патентную чистоту изделий, соответствие параметров изделия существующим стандартам и нормам;
- в) составляющие цены потребления.





**34. Конкуренцию определяют как:**

- а) состязательность на рынке;
- б) элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение;
- в) критерий, по которому устанавливается тип отраслевого рынка (подход основывается на современной теории морфологии рынка);
- г) все вышеперечисленное верно.

**35. Существует ли причинно-следственная связь между категориями «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества»?**

- а) да;
- б) нет.

**36. «Национальный ромб» М. Портера включает следующие детерминанты:**

- а) параметры факторов, родственные и поддерживающие отрасли;
- б) сила (мощь) поставщиков;
- в) угроза со стороны товаров-заменителей.

**37. При оценке уровня конкурентоспособности товара в качестве экономических параметров рассматриваются составляющие:**

- а) цены изделия;
- б) цены потребления;
- в) себестоимости изделия;
- г) издержки производства и реализации изделия.

**38. Хорошая репутация фирмы относится к конкурентным преимуществам низкого порядка?**

- а) да;
- б) нет.

**39. Реализация стратегии фокусирования эффективна при следующих рыночных условиях:**

- а) потребности покупателей дифференцированы;
- б) внутри целевого сегмента существуют рыночные ниши, на которых можно сконцентрировать деятельность предприятия;
- в) рыночная ниша имеет достаточный размер для обеспечения необходимой прибыльности деятельности;
- г) все вышеперечисленное.

**40. При оценке уровня конкурентоспособности товара к составляющим цены потребления относятся:**

- а) цена закупки изделия;
- б) расходы на транспортировку и монтаж изделия;
- в) расходы на ремонт изделия в процессе эксплуатации;
- г) все вышеперечисленное.

**41. Какую стратегию выбрала фирма, если она обслуживает весь рынок и выигрывает в конкурентной борьбе за счет уникальности своей продукции?**

- а) стратегия лидерства в издержках;
- б) стратегия дифференциации;



- в) стратегия фокусирования на издержках;
- г) стратегия фокусирования на дифференциации.

**42. По какому признаку показатели качества делятся на единичные, комплексные и интегральные?**

- а) по количеству характеризующих свойств;
- б) по количеству оцениваемых изделий;
- в) по количеству экспертов, принимающих участие в оценке.

**43. Что такое бенчмаркинг?**

- а) процесс сопоставления деятельности оцениваемого предприятия с деятельностью успешно функционирующих предприятий и на этой основе определение собственных направлений развития и совершенствования;
- б) исследование изделий, успешно продаваемых на рынке и на этой основе определение направлений совершенствования собственной продукции;
- в) исследование вкусов потребителей и на этой основе создание нового вида продукции.

**44. Компонентами конкурентного потенциала фирмы являются:**

- а) потенциал менеджмента;
- б) ресурсный потенциал;
- в) потенциал маркетинга;
- г) сбытовой потенциал;
- д) все вышеперечисленное.

**45. Спрос – это:**

- а) количество продукции, которую производители хотят и могут продать по некоторой цене;
- б) совокупность всех покупателей и продавцов;
- в) количество продукции, которое потребители хотят и могут купить по некоторой цене.

**46. Когда компания видит конкурента во всех производителях, выпускающих товары, удовлетворяющие одну и ту же потребность, имеет место:**

- а) предметная конкуренция;
- б) функциональная конкуренция;
- в) формальная конкуренция,
- г) общая конкуренция.

**47. Ресурсный потенциал фирмы включает производственный потенциал и трудовой потенциал фирмы. Верно ли данное утверждение?**

- а) да;
- б) нет

**48. Какие группы факторов влияют на конкурентоспособность промышленности:**

- а) социальные;
- б) экономические;
- в) технико-технологические;
- г) маркетинговые.



**49. Как соотносятся понятия конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности товара?**

- а) понятие конкурентоспособности товара шире, чем понятие конкурентоспособности продукции;
- б) понятие конкурентоспособности товара уже, чем понятие конкурентоспособности продукции;
- в) это синонимы.

**50. Цена потребления – это:**

- а) продажная цена;
- б) продажная цена и затраты на эксплуатацию или потребление изделия за весь срок службы;
- в) затраты на эксплуатацию или потребление изделия за весь срок службы.

**51. Какие виды конкурентных преимуществ предприятия выделяет М. Портер?**

- а) низкие издержки и уникальность товаров;
- б) низкие издержки и дифференциация товаров;
- в) низкие издержки и высокая цена товаров.

**52. Что понимается под конкурентоспособностью продукции?**

- а) возможность продать продукцию в условиях определенного рынка и периода деятельности;
- б) известность и престижность торговой марки, под которой выпущена продукция;
- в) способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и потребление данной продукции.

**53. Как называется конкурентная стратегия фирмы, если она обслуживает один сегмент рынка и стремится обеспечить самый низкий уровень цен в данном сегменте:**

- а) стратегия лидерства в издержках;
- б) стратегия дифференциации;
- в) стратегия фокусирования на издержках;
- г) стратегия фокусирования на дифференциации.

**54. Как определяется единичный показатель качества?**

- а) оценка, выставленная одним экспертом по одному параметру изделия;
- б) средняя арифметическая оценок одного параметра несколькими экспертами;
- в) соотношение величины параметра оцениваемого изделия к величине параметра базового образца.

**55. Какие из утверждений верны:**

- а) предприятия одной стратегической группы являются соперниками и непосредственно конкурируют друг с другом;
- б) предприятия из расположенных далеко друг от друга на стратегической карте стратегических групп вряд ли вообще могут конкурировать;



- в) различные стратегические группы конкурентов опираются на разные конкурентные преимущества, имеют различную потенциальную прибыльность, испытывают различную степень угрозы со стороны товаров-заменителей;
- г) все вышеперечисленное верно.

**56. Каким образом определяется главный конкурент?**

- а) По объему предложения товара;
- б) По величине доли рынка;
- в) По наилучшему соотношению между объемом продаж и предложению;
- г) По уровню потребительских свойств товара.

**57. Какие существуют методы определения численных значений показателей качества, различающиеся по способу получения информации?**

- а) традиционный, регистрационный, органолептический и расчетный;
- б) инструментальный, расчетный, социологический и традиционный;
- в) инструментальный, расчетный, органолептический и регистрационный.

**58. Товарная ниша – это:**

- а) совокупность крупных рыночных сегментов;
- б) совокупность рыночных сегментов, связанных стратегией охвата;
- в) более узкое, чем сегмент, рыночное образование, в котором отсутствует конкуренция.

**59. Компонентами конкурентного потенциала фирмы являются:**

- а) потенциал поставщика;
- б) инновационный потенциал;
- в) финансовый потенциал;
- г) потенциал жизненного цикла предприятия;
- д) все вышеперечисленное.

**60. К пяти конкурентным силам М.Портера относят:**

- а) влияние поставщиков, влияние финансовых кризисов, влияние банков;
- б) влияние новых конкурентов, влияние товаров-заменителей;
- в) влияние правительственных решений, реальная конкуренция в отрасли.

**61. Анализ конкурентов производится по следующим направлениям:**

- а) выявление конкурентов;
- б) оценка сильных и слабых сторон конкурентов;
- в) оценка эффективности рекламы;
- г) оценка возможных реакций конкурентов;
- д) тестирование товара.

**62. Правильно укажите три выигрышные стратегии в конкурентной борьбе:**

- а) стратегия проникновения и покрытия издержек;
- б) стратегия поиска нетрадиционных рынков сбыта;
- в) стратегия производственной дифференциации;
- г) стратегия абсолютного превосходства по издержкам;
- д) стратегия специализации;
- е) стратегия концентрации усилий на качественное обслуживание нескольких сегментов.



**63. Производственный потенциал фирмы включает:**

- а) работников фирмы;
- б) нематериальные активы, основные средства, оборотные средства;
- в) все вышеперечисленное.

**64. Емкость рынка – это:**

- а) верхний предел рыночного спроса;
- б) количество покупок, произведенных средним покупателем;
- в) совокупный рыночный спрос.

**65. Емкость рынка – это:**

- а) совокупность покупателей, которые уже сделали покупки;
- б) совокупность всех продавцов данного вида товара или услуг;
- в) часть рынка, на которую фирма решила направить свои действия;
- г) верхний предел рыночного спроса.

**66. Позиционирование – это:**

- а) создание положительного имиджа компании на рынке;
- б) определение положения фирмы на рынке;
- в) выявление целевого сегмента.

**67. Каким методом определяется такой показатель, как скорость?**

- а) инструментальным;
- б) расчетным;
- в) органолептическим;
- г) регистрационным.

**68. Конкурентоспособность товара – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих:**

- а) материальное благосостояние граждан;
- б) удовлетворение конкретной потребности покупателя;
- в) финансовую стабильность предприятия.

**69. Когда компания рассматривает в качестве своих конкурентов фирмы, предлагающие сходный продукт или услуги тем же целевым покупателям по сходным ценам, имеет место:**

- а) предметная конкуренция;
- б) функциональная конкуренция;
- в) формальная конкуренция,
- г) общая конкуренция.

**70. Сбытовой потенциал фирмы не относится к потенциалу маркетинга фирмы. Верно ли утверждение?**

- а) да;
- б) нет.



**71. Процесс сравнения продукции и бизнес-процессов компании с продукцией и бизнес-процессами конкурентов или ведущих компаний других отраслей для поиска путей повышения качества продукции и эффективности работы компании – это:**

- а) конкурентная разведка;
- б) промышленный шпионаж;
- в) анализ конкурентов,
- г) бенчмаркинг.

**72. Компания, опережающая другие компании по ценовым изменениям, выведению на рынок новых товаров, охвату зоны распределения товаров и затратам на стимулирование сбыта – это:**

- а) обслуживающая рыночную нишу компания;
- б) последователь;
- в) претендент на лидерство,
- г) лидер рынка.

**73. При оценке уровня конкурентоспособности товара к группе потребительских параметров относится:**

- а) патентная чистота изделия;
- б) соответствие параметров изделия существующим стандартам и нормам;
- в) уровень надежности изделия;
- г) все вышеперечисленные показатели.

**74. Конкурентное преимущество компании – это:**

- а) позиция товаров компании на рынке;
- б) отличие компании от конкурентов;
- в) сильная сторона компании,
- г) восприятие товара компании предполагаемым потребителем.

**75. Какое из нижеприведенных значений интегрального коэффициента конкурентоспособности товара является наиболее приемлемым для производителя?**

- а) 0;
- б) – 0,5;
- в) 0,5;
- г) 1;
- д) 1,5.

### **3.3. Задачи по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятий АПК»**

#### **Задание 1.**

Рассчитать конкурентоспособность ОАО СМАК методом, основанным на теории эффективной конкуренции.

В таблице представлены итоги расчета единичных показателей конкурентоспособности ОАО СМАК



Наименование критериев и показателей конкурентоспособности	Значение показателя	
	Базовый период	Отчетный период
1. Эффективность производственной деятельности предприятия		
1.1. Издержки производства на единицу продукции	20,38	23,43
1.2. Фондоотдача, руб.	3,29	3,91
1.3. Рентабельность товара, %	18	22
1.4. Производительность труда, тыс. руб./чел.	1260	1502
2. Финансовое положение предприятия		
2.1. Коэффициент автономии	0,69	0,65
2.2. Коэффициент платежеспособности	1,61	1,8
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,02	0,04
2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	6,9	7,2
3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара		
3.1. Рентабельность продаж, %	17,2	18,2
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией		
3.3. Коэффициент загрузки производственной мощности		
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта		15,8
4. Конкурентоспособность товара		
4.1. Критерий конкурентоспособности товара по сравнению с наиболее сильным конкурентом		

**Задача 2.** Оценить конкурентоспособность фирмы методом построения профиля требований. Исходные данные приведены в таблице:

Факторы конкурентоспособности	Фирма «Визит»	Конкуренты	
		Фирма «Элит»	Фирма «Мария»
1. Доля рынка, %	60	30	10
2. Рентабельность услуг, %	20	20	15
3. Средневзвешенная цена, руб./м <sup>2</sup>	400	420	460
4. Качество услуг	среднее	высокое	Среднее
5. Срок исполнения заказов, дни	20	16	12
6. Уровень известности услуг фирмы	Хорошо известны	известны	Малоизвестны
7. Расходы на рекламу, тыс.руб.	540	270	90

**Задача 3.** Рассчитать конкурентоспособность фирмы методом, основанным на теории эффективной конкуренции.

В таблице представлены итоги расчета единичных показателей конкурентоспособности фирмы



Наименование критериев и показателей конкурентоспособности	Значение показателя	
	База	Отчет
1. Эффективность производственной деятельности предприятия		
1.1. Издержки производства на единицу продукции	7,26	7,96
1.2. Фондоотдача, руб.	0,51	0,69
1.3. Рентабельность товара, %	29	33
1.4. Производительность труда, тыс. руб./чел.	352,72	384,57
2. Финансовое положение предприятия		
2.1. Коэффициент автономии	0,88	0,89
2.2. Коэффициент платежеспособности	2,54	3,36
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,24
2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	0,98	1,26
3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара		
3.1. Рентабельность продаж, %	10	12
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией	0,12	0,18
3.3. Коэффициент загрузки производственной мощности	0,62	0,72
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта	0,11	0,19
4. Конкурентоспособность товара		
4.1. Критерий конкурентоспособности товара по сравнению с наиболее сильным конкурентом	1,12	1,15

**Задача 4.** Необходимо оценить конкурентоспособность фирмы «Х». Для решения данной задачи используйте метод многоугольника конкурентоспособности.

Исходные данные для расчета представлены в таблице:

Факторы конкурентоспособности	Фирма «Х»	Конкуренты	
		1	2
1. Доля рынка, %	40	30	10
2. Рентабельность услуг, %	20	20	15
3. Средневзвешенная цена, руб./м <sup>2</sup>	3500	4500	2260
4. Качество услуг	среднее	высокое	среднее
5. Срок исполнения заказов, дни	10	8	6
6. Уровень известности услуг фирмы	Хорошо известны	известны	Малоизвестны
7. Расходы на рекламу, тыс.руб.	высокие	средние	низкие

**Задача 5.** Выберите конкретный товар и перечислите основные его потребительские и экономические параметры, которые, на Ваш взгляд, должны участвовать в оценке уровня его конкурентоспособности.

**Задача 6.** Выполните оценку конкурентоспособности продукции с использованием исходных данных, представленных в таблице:





Параметры, единицы измерения	Коэффициент весомости, доли единицы	Значение параметров	
		Анализируе- мый товар	Товар- образец
Нормативно-производственные параметры:			
- соответствие требованиям технических условий на изготовление изделий	-	1,0	1,0
- патентная чистота	-	1,0	1,0
Потребительские параметры:		34	33
- эстетические, баллы	0,3	14	15
- конструктивно-эргономичес-кие, баллы	0,5	10	9
- технологические, баллы	0,2	10	9
Экономические параметры:			
- цена, руб.	1,0	2850	2900

**Критерии оценки выполнения заданий для самостоятельной работы:**

· Если студент без ошибок и в срок выполнял задания, данные преподавателем, то ему ставится отметка «зачтено» в журнал преподавателя напротив соответствующего задания.

· Если студент с ошибками выполнил задание или не выполнил его вовсе, то ему ставится отметка «не зачтено».

До зачета студент, получивший отметку «не зачтено», должен внести правки, отмеченные преподавателем и отчитаться ещё раз по выполнению задания.

**4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРУ  
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
КОМПЕТЕНЦИЙ****4.1 Методические указания по проведению текущего контроля****4.1.1 Тестирование**

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории во время занятия
3.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	Письменная работа
6.	Время проведения опроса	30 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами



8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце опроса
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

#### 4.1.2 Решение задач

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории во время занятия
3.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	Задачи/Письменная работа
6.	Время проведения опроса	30 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце опроса
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ



#### ***4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций***

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, тестирования, круглый стол, решение задач, творческие задания, деловая игра);
- по результатам выполнения индивидуальных заданий ;
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО в форме предусмотренной учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма определяется кафедрой (устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (оценка по результатам зачета – «зачтено» или «не зачтено»).

Каждая компетенция (или ее часть) проверяется теоретическими вопросами, позволяющими оценить уровень освоения обучающимися знаний и практическими заданиями, выявляющими степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.