

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

Факультет технологии и товароведения

Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой



Дерканосова Н.М.

«10» июня 2019 г.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 Конкурентоспособность продукции животного проис-
хождения**

для направления 19.03.03 Продукты питания животного происхождения

прикладной бакалавриат

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Индекс | Формулировка | Разделы дисциплины | |
|--------|---|--------------------|---|
| | | 1 | 2 |
| ОК-3 | способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности | + | + |
| ПК-6 | способностью обрабатывать текущую производственную информацию, анализировать полученные данные и использовать их в управлении качеством продукции | + | + |

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 2-х балльной шкале (зачет) | не зачтено | зачтено |

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) |
| ОК-3 | Знать: ценообразующие характеристики товаров и услуг на основе анализа потребительских свойств для оценки их конкурентоспособности Уметь: оценить адекватность розничной цены качеству товара (услуги) Иметь навыки и /или опыт деятельности: порядка оценки конкурентоспособности товаров и услуг | 1-2 | Определять, систематизировать критерии и факторы конкурентоспособности продукции животного происхождения | Практические задания, самостоятельная работа | Устный опрос, тестирование | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 |
| ПК-6 | Знать: методы расчета конкурентоспособность и анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимули- | 1-2 | Рассчитывать конкурентоспособность и анализировать спрос торгового ассортимента продукции животного происхождения | Практические задания, самостоятельная работа | Устный опрос, тестирование | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 | Задания из раздела 3.1 Тесты из задания 3.3 |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| | <p>рованию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента продуктов животного происхождения</p> <p>Уметь: анализировать и разрабатывать стратегию конкурентоспособности продуктов питания животного происхождения с учетом качества, цены и других критерий</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: методик оценки качества и конкурентоспособности продуктов животного происхождения</p> | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|

2.3 Промежуточная аттестация

| Код | Планируемые результаты | Технология формирования | Форма оценочного средства (контроля) | № задания | | |
|------|---|--|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | | | | пороговый уровень (удовл.) | повышенный уровень (хорошо) | высокий уровень (отлично) |
| ОК-3 | <p>Знать: ценообразующие характеристики товаров и услуг на основе анализа потребительских свойств для оценки их конкурентоспособности</p> <p>Уметь: оценить адекватность розничной цены качеству товара (услуги)</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: порядка оценки конкурентоспособности товаров и услуг</p> | лекции, практические занятия, самостоятельная работа | Зачет | Задания из раздела 3.1 | Задания из раздела 3.1 | Задания из раздела 3.1 |
| ПК-6 | <p>Знать: методы расчета конкурентоспособность и анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента продуктов животного происхождения</p> <p>Уметь: анализировать и разрабатывать стратегию конкурентоспособности продуктов питания животного происхождения с учетом качества, цены и других критерий</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: методик оценки качества и конкурентоспособности продуктов</p> | лекции, практические занятия, самостоятельная работа | Зачет | Задания из раздела 3.1 | Задания из раздела 3.1 | Задания из раздела 3.1 |

| | | | | | | |
|--|-------------------------|--|--|--|--|--|
| | животного происхождения | | | | | |
|--|-------------------------|--|--|--|--|--|

2.4 Критерии оценки на экзамене

Экзамен не предусмотрен

2.5 Критерии оценки устного опроса

| Оценка | Критерии |
|-----------------------|--|
| «отлично» | выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры |
| «хорошо» | выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе |
| «удовлетворительно» | выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала |
| «неудовлетворительно» | выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины |

2.6 Критерии оценки тестов

| Ступени уровней освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|--------------------------------------|---|--|
| Пороговый «удовлетворительно» | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55 % баллов за задания теста |
| Продвинутый «хорошо» | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75 % баллов за задания теста |
| Высокий «отлично» | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90 % баллов за задания теста |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55 % баллов за задания теста |

2.7 Допуск к сдаче зачета

- 1.Посещение занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Активное участие в работе на занятиях.

2.8 Критерии оценки практических задач

| Оценка | Критерии |
|--------------|--|
| «Зачтено» | Обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала, допуская незначительные неточности при решении. |
| «Не зачтено» | Обучающийся дает неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий. |

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 зачету

1. Понятие конкуренции, конкурентоспособности, критериев и факторов конкурентоспособности продукции животного происхождения.
2. Конкурентоспособность продукции животного происхождения как мера качества жизни населения и прибыли организации.
3. Роль оценки конкурентоспособности в предпринимательской деятельности.
4. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности продукции животного происхождения.
5. Социальная адресность как критерий: сущность; формирование как дискретной и интерактивной процессы; роль мерчендайзинга в обеспечении критерия.
6. Уровень качества как критерий конкурентоспособности: выбор технических характеристик, определяющих конкурентные преимущества товаров; необходимость преобразования технических характеристик в потребительские показатели качества; дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества; характеристики стабильности уровня качества в объеме и во времени.
7. Потребительская новизна: характеристика товаров по степени новизны; роль потребительской новизны в обеспечении конкурентоспособности товаров. Стабильность новизны во времени и в объеме.
8. Имидж: понятие и роль в обеспечении конкурентоспособности; имидж и торговые марки.
9. Информативность: требования к объему и содержанию информации о конкурентных преимуществах; средства информации о конкурентных преимуществах; знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров.
10. Безопасность: безопасность как ограничительный критерий и как критерий, подлежащий оценке, методы повышения гарантии безопасности.
11. Подлинность: меры обеспечения, способы подтверждения.
12. Цена потребления: понятие и структура цены потребления; проблема достижения адекватности цены качеству.
13. Комбинация изменения цен и качества как основа конкурентной стратегии.
14. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров: экономическая политика страны, состояние нормативно-технической базы, состояние финансовой системы, внешнеэкономическая стратегия страны, научно-технический потенциал страны, уровень развития информационных технологий, стоимость ресурсов, географическое, политическое и экономическое положение страны, производительность и интенсивность труда, издержки производства продукции в отраслях. «Правило ромба» М. Портера.
15. Производственные факторы: оборудование и персонал; сырьевые ресурсы; инженерно-технические знания и опыт персонала. Критерии модели Премии Правительства РФ в области качества как производственные факторы.
16. Рыночные факторы: типы рынка, емкость рынка (размер рынка, рыночная новизна, частота покупок товара); стабильность и перспективность рынка.
17. Сбытовые факторы: увязка новой продукции с ассортиментом выпускаемой продукции; наличие разветвленной дилерской сети; рекламное обеспечение; формы расчета с поставщиком, транспортабельность товара; надежность поставки.
18. Сервисные факторы: факторы, действующие на стадии предпродажного обслуживания; факторы, действующие на стадии послепродажного обслуживания.
19. Взаимосвязь сбытовых и сервисных факторов как причин изменения качества товара, доступности товара, ассортимента товаров.
20. Соответствие обязательным требованиям государственных стандартов, техническим регламентам, международным стандартам, как условие выхода на рынок и целесообразности оценки конкурентоспособности.

-
21. Соответствие зарубежным стандартам как фактор, определяющий уровень качества и возможность реализации на рынке.
 22. Обязательное подтверждение соответствия как условие выхода на рынок и целесообразность оценки конкурентоспособности.
 23. Добровольная сертификация как фактор обеспечения конкурентоспособности.
 24. Схема сертификации и имидж органа по сертификации как фактор конкурентоспособности.
 25. Роль систем качества в обеспечении стабильности уровня качества товаров.
 26. Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров. Этапы развития конкурентоспособности товаров.
 27. Общая схема оценки конкурентоспособности товаров. Краткая характеристика этапов оценки.
 28. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров.
 29. Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из источника и способа получения первичной информации (расчетный, экспериментальный, статистический и пр.).
 30. Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из номенклатуры критериев - прямые методы и косвенные методы.
 31. Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции; методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации.
 32. Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из формы представленных данных: графические методы, матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы.
 33. Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Принципы оценки конкурентоспособности услуг.
 34. Характеристика критериев конкурентоспособности услуг.
 35. Этапы оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли.
 36. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг.
 37. Роль конкурсов в установлении конкурентоспособности товаров и услуг.
 38. Конкурсы в дореволюционной России. Конкурс - отбор поставщика продукции для государственных нужд России.
 39. Конкурс на соискание премии Правительства РФ в области качества.
 40. Пути решения проблемы продвижения отечественных товаров на внутренний и внешний рынки.
 41. Программа - конкурс «100 лучших товаров России». Национальная программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)».
 42. Характеристика отдельных методов обеспечения товаров и услуг.
 43. Выбор приоритетных критериев на основе анализа скорости старения критериев. Развертывание функции качества как метод определения приоритетных критериев.
 44. Программа «Шесть сигма» как методология обеспечения стабильности качества
 45. Общая характеристика систем обеспечения конкурентоспособности.
 46. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: бенчмаркинг.
 47. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: процессный подход.
 48. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: партнерские отношения.

49. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: бренд - стратегия.

50. Система конкурентоспособности как интегрированная система. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности продукции животного происхождения.

3.2 Вопросы к экзамену

Экзамен по данной дисциплине не предусмотрен

3.3 Тестовые задания

1. **Конкуренция в переводе с латинского означает:**

- а) сталкивание
- б) соперничество
- в) борьба
- г) опережение

2. **Объектом оценки конкурентоспособности является:**

- а) товар
- б) потребительское свойство товара
- в) предприятие
- г) страна
- д) цена
- е) качество товара

3. **Уровень конкурентоспособности это:**

- а) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов
- б) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию
- в) ярко выраженное проявление превосходства продукции над конкурентами

4. **Конкурентное преимущество это:**

- а) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов
- б) ярко выраженное проявление превосходства продукции над конкурентами
- в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию
- г) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах

5. **Интегральный показатель качества продукции это:**

- а) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах
- б) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов
- в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию

6. **Оценочный критерий конкурентоспособности это:**

- а) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах
- б) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов

в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию

7. К факторам конкурентоспособности относят:

- а) производственный
- б) сбытовой
- в) имидж товара
- г) подлинность товара
- д) потребительскую новизну

8. К критериям конкурентоспособности относят:

- а) производственный
- б) сбытовой
- в) имидж товара
- г) подлинность товара
- д) сбытовой
- е) сервисный

9. Обеспечение конкурентоспособности это:

- а) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя
- б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности
- в) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности

10. Методы обеспечения конкурентоспособности это:

- а) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности
- б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности
- в) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя

11. Формирование конкурентоспособности:

- а) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности
- б) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя
- в) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности

12. Какие из перечисленных критериев конкурентоспособности являются приоритетными:

- а) уровень качества
- б) цена
- в) имидж товара
- г) потребительская новизна
- д) социальная адресность

13. Уровень качества как критерий конкурентоспособности определяется как:

- а) относительная характеристика, основанная на сравнении показателей качества оцениваемой продукции
- б) относительная характеристика, основанная на сравнении показателей качества оцениваемой продукции и аналога продукции-конкурента
- в) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности
- г) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах
- д) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов

14. Показатель качества продукции это:

- а) количественная характеристика одного или нескольких свойства продукции составляющих ее качество
- б) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах
- в) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов

15. Показатели качества продукции по классификационному признаку «количество характеризующих свойств»:

- а) абсолютные
- б) единичные
- в) комплексные
- г) относительные

16. Показатели качества продукции по классификационному признаку «по форме представления»:

- а) абсолютные
- б) единичные
- в) комплексные
- г) относительные

17. Абсолютный показатель качества представляет собой:

- а) фактическое значение показателя качества и выражается в натуральных и стоимостных единицах
- б) отношение абсолютных показателей соответственно оцениваемого образца и продукции аналога
- в) относительную количественную характеристику способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка
- г) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию

18. Относительный показатель качества представляет собой:

- а) относительную количественную характеристику способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка
- б) фактическое значение показателя качества и выражается в натуральных и стоимостных единицах
- в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию
- г) отношение абсолютных показателей соответственно оцениваемого образца и продукции аналога

19. Определите последовательность оценки уровня качества товара:

- а) определение численных значений показателей качества товаров
- б) установление значимости показателя качества товара
- в) расчет комплексного обобщенного показателя качества товара
- г) установление номенклатуры показателей качества товара
- д) определение уровня качества оцениваемого товара

20. Органолептический метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании:

- а) органов чувств человека, которые служат приемниками информации
- б) информации, получаемой с использованием средств измерения
- в) информации, получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат
- г) информации, получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик

21. Эмпирический метод определения численных значений показателей качества товара основан:

- а) на использовании информации, получаемой в результате опытной эксплуатации
- б) на использовании информации, получаемой с использованием средств измерения
- в) информации, получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат
- г) информации, получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик

22. Расчетный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:

- а) в результате опытной эксплуатации
- б) с использованием средств измерения
- в) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат
- г) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик

23. Регистрационный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:

- а) в результате опытной эксплуатации
- б) с использованием средств измерения
- в) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат
- г) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик

24. Измерительный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:

- а) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат
- б) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик
- в) в результате опытной эксплуатации
- г) с использованием средств измерения

25. Экспертный метод определения численных значений показателей качества товара:

- а) основан на использовании и обобщении мнений высококвалифицированных специалистов-экспертов
- б) основан на использовании информации получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик
- в) осуществляется путем сбора, анализа и обобщения мнений потребителей
- г) основан на использовании информации получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат

26. Социологический метод определения численных значений показателей качества товара:

- а) основан на использовании информации получаемой в результате опытной эксплуатации
- б) основан на использовании информации получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик
- в) осуществляется путем сбора, анализа и обобщения мнений потребителей
- г) основан на использовании и обобщении мнений высококвалифицированных специалистов-экспертов

27. Стабильность уровня качества товаров и услуг в объеме это:

- а) стабильность значений показателей качества и уровня производственного исполнения в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии
- б) стабильность значений показателей качества в период использования (эксплуатации)

28. Стабильность уровня качества товаров и услуг во времени это:

- а) стабильность значений показателей качества и уровня производственного исполнения в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии
- б) стабильность значений показателей качества в период использования (эксплуатации)
- в) стабильность значений показателей качества в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии и в период использования (эксплуатации)

29. Обеспечение социальной адресности в магазинах определяется:

- а) квалификацией персонала
- б) разнообразием ассортимента
- в) техническими средствами
- г) качеством реализуемой продукции
- д) ценой на реализуемые товары

30. Меры обеспечения подлинности как микрофакторы:

- а) организационно-правовые
- б) технические
- в) международные соглашения
- г) законодательные акты в рамках страны
- д) технические приемы
- е) государственная (национальная) стандартизация

31. Меры обеспечения подлинности как макрофакторы:

- а) законодательные акты в рамках страны
- б) технические приемы
- в) государственная (национальная) стандартизация
- г) организационно-правовые
- д) технические
- е) международные соглашения

32. Непосредственные конкурентные преимущества это:

- а) преимущества, связанные с теми или иными критериями конкурентоспособности или их совокупностью
- б) преимущества, связанные с критериями конкурентоспособности через ее факторы

33. Опосредованные конкурентные преимущества это:

- а) преимущества, связанные с теми или иными критериями конкурентоспособности или их совокупностью
- б) преимущества, связанные с критериями конкурентоспособности через ее факторы

34. К непосредственным конкурентным преимуществам относят:

- а) повышенные показатели качества
- б) повышенная безопасность
- в) улучшенные сырье, технология, упаковка
- г) производство под авторским правом
- д) наличие в организации сертифицированной системы качества

35. К опосредованным конкурентным преимуществам относят:

- а) победа на конкурсе
- б) подтверждение подлинности
- в) улучшенные сырье, технология, упаковка
- г) горячая линия
- д) товарный знак торговой организации

36. К единовременным затратам потребителя по приобретению и эксплуатации продукции в течение срока ее службы относят:

- а) затраты на покупку товара
- б) затраты на транспортирование
- в) затраты на постгарантийный ремонт
- г) затраты на комплектующие детали и материалы

37. К текущим затратам потребителя по приобретению и эксплуатации продукции в течение срока ее службы относят:

- а) затраты на постгарантийный ремонт
- б) налоговые сборы
- в) затраты на сборку и наладку товара
- г) затраты на комплектующие детали и материалы

38. Назовите факторы конкурентоспособности по сфере действия:

- а) макроэкономические
- б) микроэкономические
- в) основные
- г) развитые
- д) рыночные
- е) положительные

39. Назовите факторы конкурентоспособности в зависимости от происхождения:

- а) основные (природные)
- б) развитые (искусственные)
- в) производственные
- г) положительные
- д) отрицательные

40. Назовите факторы конкурентоспособности по признаку классификации «этапы обеспечения»:

- а) макроэкономические
- б) микроэкономические
- в) производственные
- г) бытовые
- д) значительные
- е) малозначительные

41. Назовите факторы конкурентоспособности по признаку классификации «интенсивность воздействия»:

- а) малозначительные
- б) значительные
- в) очень значительные
- г) положительные
- д) отрицательные

42. К основным факторам конкурентоспособности относят:

- а) природные ресурсы
- б) географическое положение страны
- в) организация научных центров
- г) хорошо развитая инфраструктура обмена информацией

43. К развитым факторам относят:

- а) климатические условия
- б) географическое положение страны
- в) организация научных центров
- г) хорошо развитая инфраструктура обмена информацией

44. К макроэкономическим факторам конкурентоспособности относят:

- а) инвестиционный климат
- б) кадровое обеспечение
- в) сервисные
- г) бытовые
- д) рыночные

45. К микроэкономическим факторам конкурентоспособности относят:

- а) производственные

- б) научно-технический потенциал
- в) сервисные
- г) бытовые
- д) уровень развития информационных технологий

46. К сервисным факторам конкурентоспособности, действующим на стадии пред-продажного обслуживания, относятся:

- а) условия приобретения товара
- б) форма оплаты товара
- в) упаковка, доставка и установка купленных товаров
- г) организация технического обслуживания
- д) организация гарантийного обслуживания

47. К сервисным факторам конкурентоспособности, действующим на стадии после-продажного обслуживания, относятся:

- а) упаковка, доставка и установка купленных товаров
- б) подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей покупателя
- в) организация гарантийного обслуживания
- г) организация технического обслуживания
- д) демонстрация сложнотехнического товара в действии

48. Определите влияние бытовых и сервисных факторов на конкурентоспособность товаров и услуг

| фактор конкурентоспособности | объект влияния |
|--|-----------------------|
| рекламное обеспечение | доступность товара |
| транспортабельность | ассортимент товаров |
| увязка с ассортиментом выпускаемой продукции | качество товара |

49. Определите влияние бытовых и сервисных факторов на конкурентоспособность товаров и услуг

| фактор конкурентоспособности | объект влияния |
|--|-----------------------|
| регулирование гарантийных сроков технического обслуживания | доступность товара |
| техническое обслуживание | доступность товара |
| подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей потребителя | качество товара |

50. Техническое законодательство это:

- а) свод федеральных законов, определяющих обязательные требования к продукции и процессам ее жизненного цикла
- б) совокупность специальных технических регламентов, которые устанавливают требования к отдельным видам продукции и процессам ее жизненного цикла
- в) совокупность общих и специальных технических регламентов, устанавливающих обязательные требования к безопасности продукции
- г) федеральные законы: «О техническом регулировании» и «О качестве и безопасности пищевых продуктов»

51. Стандартизация это:

- а) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции
- б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту
- в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

52. Сертификация соответствия это:

а) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)

б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту

в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

53. Декларирование соответствия это:

а) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)

б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту

в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

54. Оценка соответствия это:

а) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту

б) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)

в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

55. Подтверждение соответствия это:

а) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции

б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту

в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора

56. Техническое регулирование это правовое регулирование:

а) в области только технического законодательства

б) в области стандартизации и оценки соответствия

в) в области технического законодательства, стандартизации и оценке соответствия

57. Определите последовательность укрупненной схемы оценки конкурентоспособности товаров:

-
- а) сбор и анализ данных о конкурентах и производимых ими товарах
 - б) изучение конъюнктуры рынка
 - в) выбор номенклатуры показателей качества
 - г) определение уровня качества, цены потребления товаров
 - д) определение обобщенных критериев конкурентоспособности
 - е) определение групповых критериев конкурентоспособности
 - ж) определение единичных критериев конкурентоспособности
 - з) факторный анализ

58. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из номенклатуры критериев, которые используются при оценке:

- а) прямые
- б) косвенные
- в) графические
- г) матричные
- д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров

59. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из стадии жизненного цикла продукции:

- а) прямые
- б) косвенные
- в) графические
- г) применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции
- д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров

60. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из формы представления данных:

- а) прямые
- б) косвенные
- в) графические
- г) применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции
- д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров
- е) матричные

61. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из используемого принципа оценки:

- а) прямые
- б) косвенные
- в) графические
- г) органолептический
- д) регистрационный
- е) маркетинговый

62. Какой из принципов оценки конкурентоспособности товаров не характерен для принципов оценки конкурентоспособности услуг:

- а) ориентация на определенный сегмент рынка
- б) ориентация на определенный тип рынка
- в) упреждение «двойного счета»
- г) соответствие требованиям технического законодательства

63. Пример использования статистического метода оценки конкурентоспособности:

- а) оценка конкурентоспособности по результатам продаж
- б) оценка конкурентоспособности по результатам определения доли товара на рынке
- в) реинжиниринг

64. Какой из принципов оценки конкурентоспособности не является универсальным для товаров услуг:

- а) ориентация на определенный сегмент рынка
- б) ориентация на определенный тип рынка

-
- в) упреждение «двойного счета»
 - г) соответствие требованиям технического законодательства

65. Укажите критерии конкурентоспособности услуг:

- а) информативность
- б) показатель процесса обслуживания
- в) показатель доступности
- г) имидж реализуемых товаров

66. Какой из критериев конкурентоспособности является наиболее важным в обеспечении качества услуг:

- а) культура обслуживания
- б) качество реализуемых товаров
- в) доступность услуги
- г) цена реализуемых товаров

67. Критерий доступности услуги включает:

- а) затраты денежных средств и времени
- б) мастерство обслуживания покупателей
- в) состояние материально-технической базы предприятия, оказывающего услуги
- г) наличие в продаже товаров с конкурентоспособной ценой

38. Определите порядок оценки конкурентоспособности услуг:

- а) определение относительной стоимости товаров в сравниваемых магазинах
- б) расчет интегрального показателя качества услуги каждого магазина
- в) определение обобщенного показателя качества услуги торговли в сравниваемых магазинах

69. К обязательным требованиям к качеству услуг розничной торговли относят:

- а) безопасности
- б) охраны окружающей среды
- в) социального назначения
- г) эстетики
- д) технологичности

70. К рекомендуемым требованиям к качеству услуг розничной торговли относят:

- а) этики
- б) охраны окружающей среды
- в) эргономики
- г) эстетики
- д) функциональной пригодности
- е) информативности

71. Функции конкурсов товаров и услуг:

- а) выявление и изучение передового опыта в области обеспечения конкурентоспособности продукции
- б) создание высокой репутации производителей конкурентоспособности продукции
- в) прямое или косвенное определение того, что соответствующие требования к продукции выполняются
- г) документальное удостоверение соответствия продукции требованиям технического регламента, положениям стандартов или условиям договора

72. Программа «100 лучших товаров России» образована в:

- а) 1998 году
- б) 2000 году
- в) 2002 году
- г) 2004 году

73. Определите соответствие наименования организаторов программы конкурса «100 лучших товаров России» их логотипу.

| | |
|--|--|
| | Межрегиональная общественная организация "Академия проблем качества" |
| | Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии |
| | Редакционно-информационное агентство "Стандарты и качество" |

74. «Академия проблем качества» это:

- а) общественное научное объединение, активно содействующее консолидации научного потенциала ученых и специалистов в направлении ускорения социально-экономического развития страны путем обеспечения качества работы предприятий и организаций, их продукции, качества жизни общества
- б) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом в сфере технического регулирования и метрологии
- в) ежемесячный научно-технический и экономический журнал для руководителей предприятий, научно-исследовательских институтов и вузов, специалистов служб стандартизации и качества

75. Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)» образована в:

- а) 1998 году
- б) 1999 году
- в) 2002 году
- г) 2004 году

76. Определите соответствие знака соответствующему конкурсу или программе, проводимой в России.

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)» | | Программа «Воронежское качество» |
| | Программа «100 лучших товаров России» | | Национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка» |
| | Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)» | | Программа «Российское качество» |

77. Когда был проведен первый национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка»:

- а) 1998 году
- б) 1999 году
- в) 2002 году
- г) 2004 году

78. Система обеспечения конкурентоспособности это:

- а) совокупность объектов и субъектов оценки конкурентоспособности, задействованных по определенным принципам в целях повышения конкурентоспособности

б) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции

в) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности

г) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности

79. Обеспечение конкурентоспособности продукции это:

а) управление двумя слагаемыми: качеством и стоимостью, т.е. деятельность, направленная на достижение оптимальной пропорции качества и цены

б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности

в) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции

80. Технический аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:

а) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потребительских свойств в целях улучшения ее качества

б) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации

в) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок

81. Экономический аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:

а) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок

б) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потребительских свойств в целях улучшения ее качества

в) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации

82. Определите соответствие между блоками конкурентоспособности и силовыми точками компании.

| | |
|------------|---|
| маркетинг | большой объем производства, обучение, зарплата, опыт и зрелость |
| менеджмент | дешевый кредит, долгосрочный кредит |
| финансы | знание рынка и потребителей, большой объем рекламы, широкая дистрибуция, база решений |

83. Организационный аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:

а) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потребительских свойств в целях улучшения ее качества

б) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации

в) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок

84. Прием по непрерывному отслеживанию и анализу информации о конкурентах:

а) бенчмаркинг

б) консалтинг

в) бренд-стратегия

г) конкурентная разведка

д) брендинг

85. Бренд-стратегия это:

- а) прием по непрерывному отслеживанию и анализу информации о брендах конкурентов
- б) прием создания долгосрочного покупательского предпочтения к данному товарному знаку среди конкурирующих товаров
- в) раскрутка бренда путем проведения полноценной рекламной компании

86. Инструментами бенчмаркинга являются:

- а) конкурентная стратегия
- б) промышленный шпионаж
- в) конкурентная разведка
- г) адаптивность
- д) приоритетность

Типовые задачи

1. Рассчитайте конкурентоспособность мяса птицы разных товаропроизводителей, используя методику Пономаревой В.Г.
2. Эластичность спроса по цене на мороженое «Забава» равна 1,2. Определите прибыль (убытки) от снижения цены на 35 коп., если до снижения цены объем реализации составлял 400 тыс.шт. по цене 3,5 рубля за штуку, а общие затраты были равны 0,6 млн.руб. (в том числе постоянные – 0,2 млн.руб.) на весь объем производства.
3. Определите цену двух новых холодильников, выпускаемых фирмой «Бирюса» на основе ценностной значимости параметров продукции, данных группой покупателей при условии, что аналогичные холодильники стоят 4900 рублей. Для расчета средневзвешенной параметрической оценки каждого товара распределите 100 баллов между двумя товарами.
4. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С, Д), продающие аналогичный кофе по качественным показателям по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка (таблица). Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой из фирм, и в итоге конкурентоспособность фирм. Сделайте выводы.

| Название фирм | Показатели | | | |
|---------------|------------------------------|------------|----------------|-----------------------------------|
| | Расходы на рекламу, млн.руб. | Доля са, % | Доля рын-ка, % | Коэффициент эффективности рекламы |
| А | 1,7 | 21,5 | 8,4 | 0,39 |
| В | 2,4 | 30,4 | 48,6 | 1,59 |
| С | 0,6 | 7,6 | 7,4 | 0,97 |
| Д | 3,2 | 40,5 | 35,6 | 0,88 |
| Итого | 7,9 | 100,0 | 100,0 | |

Вопросы для устного опроса

1. Содержание понятия "конкуренция"
2. Роль конкуренции в рыночной экономике, ее виды
3. Конкуренция как дополнение и противовес индивидуализму
4. Роль конкуренции в реализации принципа "невидимой руки"
5. Фирма как основной объект конкуренции, определение фирмы и ее функции
6. Конкуренция как системообразующий элемент рыночной экономики
7. Понятие конкуренции и конкурентоспособности. Отличие понятий конкурентоспособность производителя и товара
8. Понятие рынка, анализ спроса и предложения
9. Рынок и рыночные ниши - фундаментальная и реализованная
10. Охарактеризуйте пять сил конкуренции по М. Портеру

11. Понятие потребительской ценности товара. Ценность товара для институционального потребителя и частных лиц. Связь потребительской ценности и конкурентоспособности
12. Понятие модели Кано, ее значение в повышении конкурентоспособности товара.
13. Характеристика товара в модели Кано
14. Анализ продукции с помощью матрицы Симона "объективное/субъективное качество" и использование ее для повышения конкурентоспособности
15. Факторы конкурентоспособности товаров и их показатели
16. Формирование конкурентоспособности на этапах жизненного цикла товаров
17. Качество товаров как фактор, определяющий их конкурентоспособность
18. Технические, нормативные и патентно-правовые показатели, их влияние на конкурентоспособность товара
19. Организационные условия, обеспечивающие выполнение коммерческих показателей конкурентоспособности товара
20. Экономические показатели конкурентоспособности
21. Условия выбора базовой модели при оценке конкурентоспособности товаров
22. Выбор номенклатуры параметров, используемых при оценке конкурентоспособности товаров
23. Основные этапы оценки конкурентоспособности товаров
24. Жесткие и мягкие параметры при определении конкурентоспособности товаров
25. Методы оценки конкурентоспособности товаров

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

| | | |
|----|---|--|
| 1. | Сроки проведения текущего контроля | На практических занятиях |
| 2. | Место и время проведения текущего контроля | В учебной аудитории в течение практического занятия |
| 3. | Требования к техническому оснащению аудитории | в соответствии с ОП ВОи рабочей программой |
| 4. | Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящего процедуру контроля | Дерканосова Н.М., Маслова Г.М. |
| 5. | Вид и форма заданий | Собеседование, опрос |
| 6. | Время для выполнения заданий | в течение занятия |
| 7. | Возможность использования дополнительных материалов | Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами |
| 8. | Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающего результаты | Дерканосова Н.М., Маслова Г.М. |

| | | |
|-----|---------------------------|---|
| 9. | Методы оценки результатов | Экспертный |
| 10. | Предъявление результатов | Оценка выставляется в журнал/доводится до сведения обучающихся в течение занятия |
| 11. | Апелляция результатов | В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ |