

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.ДВ.01.02 Теория конкуренции

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	знает основные направления и ключевые концепции теории конкуренции; особенности анализа маркетинговой среды организации;
		умеет проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации; осуществлять анализ конкурентной среды организации; оценивать конкурентоспособность различных объектов (товаров, услуг, организаций);
		владеет навыками навыками проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации; анализа конкурентной среды организации; оценки конкурентоспособности различных объектов (товаров, услуг, организаций).
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	знает основные закономерности развития конкурентной среды организации; особенности проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; основных инструментов и методов конкурентной борьбы;
		умеет объяснять особенности функционирования экономических субъектов в условиях конкурентной среды; анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет; раскрывать сущность механизма конкуренции на товарных рынках;
		владеет навыками навыками системного подхода к анализу экономических проблем в условиях конкурентной борьбы; применения методов измерения и оценки конкурентоспособности экономических субъектов; анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет.

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Теоретико-методологические основы конкуренции			

1.1.	Экономическая сущность и функции конкуренции в рыночной экономике	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Реферат
1.2.	Типология рыночных структур и особенности развития конкурентной среды в Российской Федерации	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Задачи, Реферат
1.3.	Формы проявления и методы пресечения недобросовестной конкуренции	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Реферат
1.4.	Теория конкурентных преимуществ	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Задачи, Реферат
1.5.	Контрольная точка № 1 по темам 1.1-1.4	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Задачи
2.	2 раздел. Стратегическое управление конкурентным поведением хозяйствующих субъектов			
2.1.	Концептуальные основы стратегии и тактики конкурентной борьбы	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Творческое задание, Реферат
2.2.	Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Творческое задание, Реферат
2.3.	Контрольная точка № 2 по темам 2.1-2.2	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Собеседование, Тест, Творческое задание
2.4.	Промежуточная аттестация	2	ПК-1.1, ПК-1.2	
	Промежуточная аттестация			За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету
---	-------	---	----------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Теория конкуренции"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Тема 1.1 Экономическая сущность и функции конкуренции в рыночной экономике

Перечень вопросов для собеседования

1. В чем заключается различие между ценовой и неценовой конкуренцией?
2. Каковы преимущества неценовой конкуренции в современных условиях?
3. Назовите основные факторы, определяющие интенсивность конкуренции на отраслевом рынке.
4. Раскройте причины глобализации конкурентных отношений на современном этапе.
5. Каковы современные приоритеты в сфере развития конкуренции?
6. Объясните, почему конкуренция рассматривается как главная движущая сила эволюции рыночных субъектов.
7. Какие подходы к определению конкуренции выделяются в экономической теории?
8. Охарактеризуйте формы конкуренции в зависимости от рыночной структуры.

Тестовые задания

1. Что понимается под конкуренцией в экономической теории?
 - А. Соперничество экономических субъектов за лучшие условия производства и сбыта
 - Б. Взаимодействие продавцов и покупателей на рынке
 - В. Процесс ценообразования на рыночные товары
 - Г. Деятельность государства по регулированию рынка
2. Какая функция конкуренции заключается в воздействии на объем и структуру производства?
 - А. Регулирующая
 - Б. Аллокационная
 - В. Инновационная
 - Г. Распределительная
3. Что относится к преимуществам неценовой конкуренции?
 - А. Быстрое привлечение покупателей
 - Б. Стимулирование технического прогресса
 - В. Снижение издержек производства
 - Г. Увеличение объема продаж
4. При каком условии возникает конкуренция?
 - А. Наличие множества независимых продавцов и покупателей
 - Б. Государственное регулирование цен
 - В. Дефицит товаров
 - Г. Монополизация рынка
5. Что является причиной глобализации конкуренции?
 - А. Рост торговых барьеров
 - Б. Либерализация международной торговли

- В. Увеличение транспортных издержек
- Г. Сокращение транснациональных корпораций

Тема 1.2 Типология рыночных структур и особенности развития конкурентной среды в Российской Федерации

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы характерные признаки чистой монополии и источники монопольной власти?
2. В чем заключаются объективные предпосылки усиления конкуренции в России?
3. Назовите макроэкономические факторы, влияющие на развитие конкурентной среды в РФ.
4. Какие микроэкономические факторы определяют интенсивность конкуренции на отраслевых рынках?
5. Охарактеризуйте направления государственного регулирования конкурентных отношений.
6. Каковы основные проблемы развития конкуренции на российских отраслевых рынках?
7. Раскройте понятие "барьеры входа на рынок" и их роль в формировании рыночных структур.
8. Проанализируйте особенности естественных монополий и их регулирования в России.

Тестовые задания

1. Какой рынок характеризуется множеством продавцов, дифференцированным продуктом и невысокими барьерами входа?
 - А. Совершенная конкуренция
 - Б. Монополистическая конкуренция
 - В. Олигополия
 - Г. Чистая монополия
2. Индекс Херфиндаля-Хиршмана рассчитывается как:
 - А. Сумма долей крупнейших фирм
 - Б. Сумма квадратов долей всех фирм на рынке
 - В. Отношение доли крупнейшей фирмы к сумме долей остальных
 - Г. Среднеквадратическое отклонение рыночных долей
3. Что относится к естественной монополии?
 - А. Производство автомобилей
 - Б. Розничная торговля
 - В. Железнодорожные перевозки
 - Г. Банковские услуги
4. Для олигополии характерно:
 - А. Отсутствие барьеров входа
 - Б. Однородность продукта
 - В. Стратегическое взаимодействие фирм
 - Г. Отсутствие конкуренции
5. Какой фактор не является барьером входа на рынок?
 - А. Эффект масштаба
 - Б. Патентная защита
 - В. Дифференциация продукта
 - Г. Высокая эластичность спроса

Задачи

1. На рынке действуют три фирмы с функциями издержек: $TC_1 = 20 + 5Q$, $TC_2 = 30 + 4Q$, $TC_3 = 25 + 6Q$. Рыночный спрос: $Q = 100 - 2P$. Определите равновесную цену при совершенной конкуренции.
2. На рынке действуют 10 фирм. Доли рынка распределены следующим образом: одна фирма — 30%, две фирмы — по 15%, три фирмы — по 8%, остальные четыре — по 4%. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана и определите тип рыночной структуры.
3. Предприятие работает на рынке совершенной конкуренции. Функция общих издержек: $TC =$

$50 + 10Q + 2Q^2$. Рыночная цена установилась на уровне 30 ден. ед. Определите оптимальный объем выпуска и прибыль предприятия.

Тема 1.3 Формы проявления и методы пресечения недобросовестной конкуренции

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы функции и полномочия антимонопольного органа в сфере пресечения недобросовестной конкуренции?
2. Раскройте сущность и методы конкурентного (промышленного) шпионажа.
3. В чем заключается различие между добросовестными и недобросовестными конкурентными действиями?
4. Охарактеризуйте формы конкурентного поведения участников рынка.
5. Каковы правовые последствия признания действий недобросовестной конкуренцией?
6. Назовите основные формы дискредитации конкурентов и их товаров.
7. Как проявляется недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности?
8. Каковы особенности антимонопольного контроля за экономической концентрацией?

Тестовые задания

1. Что понимается под недобросовестной конкуренцией?
 - А. Любые действия конкурентов
 - Б. Действия, противоречащие законодательству и деловым обычаям
 - В. Снижение цен ниже себестоимости
 - Г. Отказ от участия в тендерах
2. Какая форма недобросовестной конкуренции заключается в распространении ложных сведений о конкуренте?
 - А. Дискредитация
 - Б. Демпинг
 - В. Промышленный шпионаж
 - Г. Смешение
3. Максимальный оборотный штраф за картельный сговор в России составляет:
 - А. 1% от выручки
 - Б. 5% от выручки
 - В. 15% от выручки
 - Г. 25% от выручки
4. Что относится к согласованным действиям, ограничивающим конкуренцию?
 - А. Единовременное повышение цен без договоренности
 - Б. Параллельное поведение, обусловленное объективными факторами
 - В. Действия, заранее известные каждому участнику
 - Г. Решение акционеров о реорганизации
5. Программа leniency предусматривает:
 - А. Увеличение штрафа для всех участников сговора
 - Б. Освобождение от ответственности первого заявителя
 - В. Уголовное преследование участников
 - Г. Обязательное заключение под стражу

Тема 1.4 Теория конкурентных преимуществ

Перечень вопросов для собеседования

1. Каково влияние барьеров входа на формирование конкурентных преимуществ?
2. Как поставщики влияют на конкурентные преимущества фирмы?
3. В чем заключается влияние потребителей на конкурентные преимущества?
4. Как товары-заменители воздействуют на конкурентные позиции предприятия?
5. Раскройте понятие конкурентного статуса фирмы.
6. Каковы источники формирования устойчивых конкурентных преимуществ?
7. Охарактеризуйте ресурсную теорию конкурентных преимуществ.

Тестовые задания

1. Что относится к конкурентным преимуществам высокого ранга?
 - А. Дешевая рабочая сила
 - Б. Доступ к сырью
 - В. Уникальные технологии
 - Г. Близость к рынкам сбыта
2. Модель пяти сил конкуренции разработана:
 - А. Ф. Котлером
 - Б. М. Портером
 - В. А. Смитом
 - Г. Д. Рикардо
3. Какая сила не входит в модель пяти сил Портера?
 - А. Угроза появления новых конкурентов
 - Б. Власть поставщиков
 - В. Государственное регулирование
 - Г. Угроза товаров-заменителей
4. Детерминанты "национального ромба" Портера включают:
 - А. Факторные условия
 - Б. Денежно-кредитную политику
 - В. Валютный курс
 - Г. Уровень инфляции
5. Конкурентный статус фирмы характеризует:
 - А. Долю рынка
 - Б. Эффективность использования ресурсов
 - В. Позицию в конкуренции на перспективу
 - Г. Рентабельность продаж

Задачи

1. Предприятие работает на рынке с эластичностью спроса по цене $E = -2$. Доля переменных издержек в цене составляет 60%. Определите, имеет ли предприятие ценовое конкурентное преимущество перед конкурентами.
2. Рассчитайте конкурентный статус фирмы, если стратегические капиталовложения составляют 120 млн руб., критическая точка объема инвестиций — 80 млн руб., точка оптимального объема — 150 млн руб.

Тема 2.1 Концептуальные основы стратегии и тактики конкурентной борьбы

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы особенности стратегии лидера и его оборонительных действий?
2. В чем заключается специфика поведения претендента на лидерство и его атакующих стратегий?
3. Охарактеризуйте стратегии последователей и их конкурентное поведение.
4. Каковы особенности стратегии фирм, окопавшихся в рыночных нишах?
5. Раскройте содержание различных видов обороны ("оборона позиций", "фланговая оборона", "упреждающая оборона", "контрнаступление", "мобильная оборона", "сжимающая оборона").
6. В чем отличие отсроченной, избирательной, «реакции тигра» и стохастической реакции на действия конкурентов?
7. Какие факторы определяют выбор типа конкурентного поведения?
8. Как соотносятся стратегии конкуренции и стадии жизненного цикла отрасли?

Тестовые задания

1. Какая стратегия характерна для крупных компаний, доминирующих на массовом рынке?
 - А. Виолентная

- Б. Пациентная
- В. Коммутантная
- Г. Эксплерентная

2. "Реакция тигра" на действия конкурента предполагает:

- А. Отсроченное реагирование
- Б. Немедленные агрессивные ответные действия
- В. Игнорирование действий конкурента
- Г. Избирательный ответ в отдельных сегментах

3. Стратегия "оборона позиций" характерна для:

- А. Претендента на лидерство
- Б. Рыночного лидера
- В. Нишевого игрока
- Г. Новой фирмы

4. Какая роль предприятия в конкурентной борьбе предполагает стратегию "следования за лидером"?

- А. Лидер
- Б. Претендент на лидерство
- В. Последователь
- Г. Нишевой игрок

5. Коммутантная стратегия характерна для:

- А. Крупных транснациональных корпораций
- Б. Специализированных фирм
- В. Малых предприятий, гибко реагирующих на спрос
- Г. Инновационных стартапов

Творческое задание

1. Разработайте конкурентную стратегию для гипотетического стартапа, выходящего на рынок доставки готовой еды в крупном городе. Обоснуйте выбор типа стратегии (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная) и опишите тактические действия на первый год.

2. Создайте карту стратегических групп для рынка кофеен в вашем городе. Выделите не менее 5 групп, опишите их конкурентные стратегии и предложите стратегию для новой кофейни, желающей войти на рынок.

3. Проведите анализ конкурентного поведения компании X (на выбор) за последние 3 года. Определите ее роль на рынке (лидер, претендент, последователь, нишевой игрок) и оцените эффективность применяемых стратегий

Тема 2.2 Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции

Перечень вопросов для собеседования

1. В чем заключается стратегия сегментирования рынка и условия ее эффективности?
2. Каковы особенности стратегии внедрения новшеств и роль степени новизны товаров?
3. Раскройте содержание стратегии немедленного реагирования на потребности рынка.
4. При каких условиях целесообразно применение стратегии лидерства по издержкам?
5. Какие факторы определяют успех стратегии дифференциации?
6. В чем заключаются риски стратегии фокусирования?
7. Как адаптировать базовые стратегии к условиям российского рынка?
8. Охарактеризуйте взаимосвязь конкурентных стратегий и жизненного цикла товара.

Тестовые задания

1. Какая стратегия предполагает достижение конкурентных преимуществ за счет уникальности товара?

- А. Лидерство по издержкам
- Б. Дифференциация
- В. Фокусирование
- Г. Вертикальная интеграция

2. В каких условиях целесообразно применение стратегии лидерства по издержкам ?

- А. Продукция сильно дифференцирована
 - Б. Покупатели используют товар сходным образом
 - В. Высокие издержки переключения
 - Г. Мало покупателей
3. Ценовая война характеризуется:
- А. Последовательным снижением цен конкурентами
 - Б. Ростом качества продукции
 - В. Увеличением маркетинговых бюджетов
 - Г. Расширением ассортимента
4. Стратегия внедрения новшеств относится к:
- А. Ценовым стратегиям
 - Б. Неценовым стратегиям
 - В. Стратегиям выживания
 - Г. Финансовым стратегиям
5. Фокусирование может быть основано на:
- А. Только лидерстве по издержкам
 - Б. Только дифференциации
 - В. Как лидерстве по издержкам, так и дифференциации в рамках ниши
 - Г. Вертикальной интеграции

Творческое задание

1. Создайте карту позиционирования конкурентных стратегий для компаний на рынке онлайн-образования в России. Выделите не менее 10 игроков и определите их стратегии.
2. Создайте модель принятия решений о выборе конкурентной стратегии для малого предприятия в сфере услуг. Укажите критерии выбора и алгоритм оценки альтернатив.
3. Проведите анализ ценовой войны на конкретном рынке (например, рынок авиаперевозок или сотовой связи). Выявите причины, опишите динамику и последствия для участников и потребителей.

Типовые контрольные работы

Контрольная точка № 1 по темам 1.1-1.4

Перечень вопросов для собеседования

1. Раскройте содержание поведенческого, структурного и функционального подходов к определению экономической сущности конкуренции.
2. Каковы основные функции конкуренции в рыночной экономике и механизм их реализации?
3. Охарактеризуйте критерии классификации рыночных структур и выделите признаки совершенной и несовершенной конкуренции.
4. Каковы особенности развития конкурентной среды в Российской Федерации и факторы, определяющие уровень концентрации в различных отраслях?
5. Назовите основные формы проявления недобросовестной конкуренции и методы их пресечения в соответствии с антимонопольным законодательством.
6. В чем заключается эволюция теоретических взглядов на природу конкурентных преимуществ (от Й. Шумпетера до концепции сетей ценности)?
7. Раскройте содержание теории конкурентных преимуществ М. Портера и ее значение для стратегического управления.
8. В чем сущность ресурсного подхода к формированию конкурентных преимуществ и его отличие от позиционного подхода?
9. Что понимается под концепцией ключевых компетенций Г. Хэмела и Д. Прахалада?
10. Каковы позитивная и негативная стороны управления конкурентным преимуществом (создание и защита)?

Тестовые задания

1. Какой подход к определению конкуренции рассматривает её как соперничество за более

выгодные условия продажи?

- А) Структурный подход
- Б) Поведенческий подход
- В) Функциональный подход
- Г) Ресурсный подход

2. Какая функция конкуренции заключается в воздействии на предложение товаров для установления оптимального соответствия спросу?

- А) Инновационная
- Б) Контролирующая
- В) Регулирующая
- Г) Распределительная

3. Для какого типа рыночной структуры характерно наличие множества продавцов, предлагающих дифференцированную продукцию, при относительно свободном входе на рынок?

- А) Совершенная конкуренция
- Б) Монополистическая конкуренция
- В) Олигополия
- Г) Монополия

4. Индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ) для рынка с тремя фирмами, имеющими доли 40%, 35% и 25%, составит:

- А) 100
- Б) 3450
- В) 1600
- Г) 3750

5. Какая форма недобросовестной конкуренции представляет собой продажу товаров по цене ниже себестоимости с целью устранения конкурентов?

- А) Демпинг
- Б) Ценовой сговор
- В) Дискриминация
- Г) Патентное нарушение

6. Кто из ученых рассматривал инновации как основной драйвер экономического развития и источник конкурентных преимуществ?

- А) М. Портер
- Б) Й. Шумпетер
- В) Д. Рикардо
- Г) А. Смит

7. Согласно теории М. Портера, фирма достигает конкурентного преимущества, когда выполняет стратегически важные виды деятельности:

- А) С использованием исключительно государственной поддержки
- Б) С меньшими издержками или лучшим качеством, чем конкуренты
- В) Только на внутреннем рынке
- Г) При минимальном взаимодействии с поставщиками

8. Какой подход к формированию конкурентных преимуществ акцентирует внимание на внутрифирменных ресурсах и способностях как ключевых источниках долговременного преимущества?

- А) Позиционный подход
- Б) Ресурсный подход
- В) Поведенческий подход
- Г) Структурный подход

9. Что понимается под «ключевыми компетенциями» в концепции Г. Хэмела и Д. Прахалада?

- А) Способность компании использовать существующие ресурсы лучше других
- Б) Наличие уникального оборудования
- В) Доступ к дешевым источникам сырья
- Г) Государственная поддержка

10. К позитивной стороне управления конкурентным преимуществом относят:

- А) Создание экономических рвов

- Б) Инструментарий цепочки ценности
- В) Патентную защиту
- Г) Ограничение доступа конкурентов к ресурсам

Задачи

1. На основании данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ), индекс концентрации (CR4). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной. Полученные расчётным путём значения индексов округлите до сотых.

Фирмы	Объём продаж, тыс. руб.	Доля фирмы	Доля фирмы,
%	Квадрат доли фирмы, %		

1	1100	0,1644	16,44	270,44
2	1300	0,1943	19,43	377,72
3	275	0,0411	4,11	16,90
4	1243	0,1859	18,59	345,32
5	221	0,0330	3,30	10,92
6	949	0,1419	14,19	201,28
7	326	0,0487	4,87	23,75
8	159	0,0238	2,38	5,65
9	980	0,1465	14,65	214,65
10	136	0,0203	2,03	4,13
Итого	6689	1	100	?
СН4				?

2. Крупная фирма выпускает 50% продукта, остальное производство распределено равномерно между пятью другими фирмами. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной.

3. На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

4. На основе данных таблицы определите изменение уровня концентрации на отраслевом рынке за два периода.

Предприятия	Объём выручки в прошлом году, млн руб.	Объём выручки в отчетном году, млн руб.
А	8900	7600
Б	5300	5100
В	4900	4800
Г	4500	4300
Д	3400	3100

Общая выручка по отрасли в прошлом году – 36545 млн руб., в отчетном – 34156 млн руб. Рассчитайте доли рынка каждого предприятия и индекс концентрации CR-3. Сделайте вывод о динамике концентрации.

5. На отраслевом рынке функционирует 8 фирм с долями: 30%, 25%, 15%, 10%, 8%, 6%, 4%, 2%. Рассчитайте индекс концентрации CR-3 и индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ). Определите тип рыночной структуры и уровень концентрации.

Контрольная точка № 2 по темам 2.1-2.2

Перечень вопросов для собеседования

1. Раскройте содержание понятия «конкурентная стратегия» и объясните, почему правильно выбранная и реализованная стратегия является главным фактором, определяющим успешность бизнеса в долгосрочной перспективе.

2. Каково соотношение понятий «стратегия», «бизнес-модель» и «тактика» в современной теории конкуренции? Что понимается под тактикой конкуренции?

3. Охарактеризуйте основные инструменты разработки конкурентной стратегии: STEP-анализ, SWOT-анализ, модель пяти сил Портера.
4. Каковы этапы разработки конкурентной стратегии субъекта хозяйствования?
5. В чем заключается специфика наступательных стратегий для сохранения конкурентного преимущества? Назовите их основные виды.
6. Какие существуют оборонительные стратегии для защиты конкурентного преимущества и в каких условиях они применяются?
7. Раскройте содержание базовых стратегий конкуренции по М. Портеру: лидерство по издержкам, дифференциация и фокусирование.
8. Что понимается под «ключевыми факторами успеха» (КФУ) в конкурентной борьбе и как они влияют на выбор стратегии?
9. Какие организационные условия необходимы для успешной реализации конкурентной стратегии? Почему поддержка сотрудников является критически важным фактором?
10. В чем заключается сущность портфельных методов анализа (матрица BCG, McKinsey) и как они применяются при разработке конкурентной стратегии?

Тестовые задания

1. Целостная система непосредственного взаимодействия участников рынка с соперниками для решения фиксированного круга задач по выдерживанию конкуренции и обеспечению превосходства над соперниками в конкретном периоде — это:
 - А) Стратегия конкуренции
 - Б) Тактика конкуренции
 - В) Конкурентная ситуация
 - Г) Бизнес-модель
2. Какой из перечисленных методов не относится к инструментам разработки конкурентной стратегии?
 - А) Модель пяти сил Портера
 - Б) SWOT-анализ
 - В) PEST-анализ
 - Г) Метод двойной записи
3. Согласно М. Портеру, к базовым стратегиям конкуренции не относится:
 - А) Лидерство по издержкам
 - Б) Дифференциация
 - В) Стратегия оптимальных издержек
 - Г) Фокусирование
4. Что понимается под тактической диспозицией в конкурентной борьбе?
 - А) Долгосрочный план развития компании
 - Б) Планы взаимного расположения с конкурентами и вытекающие из них директивы и регламенты
 - В) Стратегическая карта рынка
 - Г) Организационная структура предприятия
5. Явление ложной мотивации возникает, если:
 - А) Сотрудники не имеют мотивации к работе
 - Б) Сотрудники, взаимодействуя с конкурентами, не руководствуются стратегическими мотивами фирмы, предпочитая им личную мотивацию
 - В) Руководство скрывает от сотрудников истинные цели компании
 - Г) Конкуренты переманивают ключевых сотрудников
6. Стратегия монополизации нацелена на:
 - А) Объединение с конкурентом
 - Б) Обособление от конкурентов
 - В) Вытеснение и устранение конкурентов
 - Г) Сближение с конкурентом
7. Какой этап не входит в процесс разработки конкурентной стратегии?
 - А) Стратегический анализ внешней и внутренней среды
 - Б) Формулирование стратегических альтернатив
 - В) Расчет текущей прибыли

Г) Реализация стратегии и контроль

8. Стратегия слабого интегратора является разновидностью стратегии, направленной на:

А) Обособление от конкурентов

Б) Сближение с конкурентами

В) Устранение конкурентов

Г) Выгодную сдачу позиций

9. Эшелонированный прессинг является тактической моделью обороны:

А) Активной

Б) Пассивной

В) Превентивной

Г) Смешанной

10. Для успешной реализации конкурентной стратегии критически важным условием является:

А) Наличие большого рекламного бюджета

Б) Поддержка стратегии сотрудниками на всех уровнях организации

В) Отсутствии конкуренции на рынке

Г) Максимальная централизация управления

Творческое задание

1. Компания «ТехноЛюкс» работает на рынке бытовой техники в условиях жесткой конкуренции. Ее продукция отличается высоким качеством и инновационным дизайном, но при этом имеет высокую себестоимость. Основные конкуренты предлагают аналогичные по функционалу товары по более низким ценам. Используя матрицу Портера, предложите для компании базовую конкурентную стратегию и обоснуйте свой выбор. Составьте матрицу конкурентной позиции ООО «Торговый проект» по методу Мак-Кинси.2.

2. Небольшое предприятие «Хлебный дом» производит хлебобулочные изделия и реализует их через собственную сеть из трех магазинов в спальных районах города. Крупные сетевые конкуренты предлагают более широкий ассортимент и низкие цены. Разработайте для «Хлебного дома» сфокусированную стратегию и опишите конкретные тактические действия по ее реализации.

3. Компания, производящая офисную мебель, столкнулась с резким падением спроса из-за экономического кризиса и перехода многих компаний на удаленный режим работы. Предложите наступательную или оборонительную стратегию для данной ситуации и обоснуйте ее.

4. Проведите SWOT-анализ для гипотетической компании — производителя экологически чистой косметики, выходящей на региональный рынок с высокой конкуренцией. На основе анализа предложите ключевые направления конкурентной стратегии.

5. Компания-производитель спортивной одежды решила сменить стратегию с масс-маркета на премиальный сегмент. Какие изменения в бизнес-модели и тактике потребуются для реализации этой стратегии?

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ»

1. Конкуренция как системообразующий элемент рыночной экономики.
2. Фирма как основной субъект конкуренции. Функции фирмы.
3. Рынок и рыночные ниши.
4. Понятие конкурирующих фирм. Поведенческий, структурный и функциональный подходы к определению конкуренции.
5. Ценность товара для потребителя и методы ее повышения.
6. Факторы формирования потребительской ценности.
7. Модель Канона.
8. Ценовая и неценовая конкуренция.
9. Особая роль ценовой конкуренции в России, современные ценовые войны.
10. Четыре базовых стратегии конкуренции.
11. Основные теории стратегий конкурентной борьбы: М. Портер, Х. Фризевинокель, Л.Г.

Рамен-ский.

12. Дифференциация рыночных ниш.
13. Преимущества крупных предприятий в эпоху научно-технического прогресса.
14. Повышенное значение крупных предприятий для экономики России.
15. Естественные монополии и необходимость государственного регулирования их деятельности. Естественные монополии в России.
16. Картели и недобросовестная конкуренция в России, государственная антикартельная полити-ка.
17. Стратегия подавления конкурентов.
18. Позиции лидера и вице-лидеров на рынке.
19. Теория «преимущества первого хода».
20. Эволюционный путь виолента. Жизненный цикл виолента.
21. Дифференциация продукта как эффективный способ борьбы за потребителя. Факторы дифференциации товаров.
22. Значение специализации как фактора защиты от конкурентов.
23. Значение ограничения размеров рыночного сегмента.
24. Возможность национального и мирового рыночного лидерства для малых фирм. Эволюцион-ный путь фирмы-лисы (пациента).
25. Способы формирования ниши по М. Портеру.
26. Причины, методы и риски смены конкурентной стратегии.
27. Историческая роль малых фирм-эксплерентов в НТП. Различия прорывного и улучшающего НТП.
28. Преимущества малых фирм-эксплерентов в сфере прорывного НТП.
29. Организационные и финансовые проблемы пионерских проектов.
30. Венчурный капитал и технопарки.
31. Эволюция фирмы-ласточки (эксплерента).
32. Технологические парки как организационная предпосылка массовости новаторства.
33. Связующая роль в экономике мелких фирм-коммутантов. Широкое распространение фирм-коммутантов в новом частном бизнесе в России.
34. Стратегии мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами.
35. Разновидности фирм-мышей (коммутантов). Гибкость как центральный элемент конкурент-ной стратегии коммутантов.
36. Аутсорсинг как метод снижения издержек.
37. Коммутанты-подражатели и отсутствие безусловно-фиксированных издержек.
38. Конкуренция и структура современного рынка. Понятие конкурентного сообщества фирм.
39. Взаимосвязь конкуренции и монополизации.
40. Конкуренция и научно-технический прогресс.
41. Этапы НТП и роль в их смене разных конкурентных стратегий.
42. Виды нововведений и их сравнительное значение в рыночной экономике.
43. Конкурентоспособность сообщества фирм и международная конкурентоспособность компа-ний.
44. Понятие кластера по М. Портеру.
45. Формирование, состав и роль кластеров для экономики.
46. Транснациональные корпорации как фирмы, придерживающиеся эффективной смешанной стратегии. Позитивные и негативные влияния ТНК на экономику.
47. Двойственная роль иностранной конкуренции.
48. Современный этап развития конкурентных отношений в России.
49. Три типа ценовых войн.
50. Неценовые конкурентные войны: роль качества, сервиса, региональной активности и ассортимента.
51. Рыночная трансформация российских виолентов (инвестиционная, сбытовая и управленческая сферы).
52. Парадокс недостаточности концентрации производства и капитала в российском крупном бизнесе.
53. Перспективы развития специализированных фирм. ВПК и формирование фирм-

пациентов.

54. Предпосылки и трудности массового развития пионерских фирм в России.
55. Роль государства в формировании эффективного сообщества компаний.

ТИПОВЫЕ ЗАДАЧИ

1. Имеется уравнение предельных издержек $MC = 3 + 2Q$. Цена изделия – 9 дол. Определить оптимальный выпуск, величину прибыли.

2. Известно, что рынок бензина в стране X находится в условиях совершенной конкуренции. Спрос на бензин описывается уравнением: $Q_d = 200 - 20P$. Средние издержки типичной бензоколонки равны: $AC = 5 + (Q - 5)2$. Какое число бензоколонок должно действовать в отрасли в долгосрочной перспективе?

3. Фирма действует в условиях чистой монополии. Функция рыночного спроса на продукт монополиста описывается формулой $P = 144 - 3Q$, а функция средних издержек монополиста $AC = 25/Q + Q$. При каком объеме Q выпуска прибыль монополиста будет максимальной?

4. Рыночный спрос, отображаемый функцией $QD = 180 - 3P$, удовлетворяет монополия, которая производит продукцию с неизменными средними затратами. Стремясь к достижению максимума прибыли, монополия установила цену $P = 40$.

а) Определите объем продаж и цену, если рыночный спрос возрастет так, что при каждой цене объем спроса увеличится на 30 ед.

б) Определите прибыль монополии при указанном изменении спроса.

5. Даны затраты времени на 1 тонну производимой продукции

Затраты в часах на тонну	Швеция	Португалия
--------------------------	--------	------------

Сыр	20	40
-----	----	----

Вино	100	25
------	-----	----

Необходимо определить абсолютные и сравнительные преимущества.

6. Даны затраты в часах на одну тонну

Затраты в часах на тонну	Швеция	Португалия
--------------------------	--------	------------

Сыр	20	40
-----	----	----

Вино	100	25
------	-----	----

Необходимо найти выгоду для каждой страны от обмена 1 тонны вина на 3 тонны сыра.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ»

Тема 1.1 Экономическая сущность и функции конкуренции в рыночной экономике

1. Эволюция теоретических взглядов на роль конкуренции в экономике.
2. Сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции в современных рыночных условиях.
3. Глобализация конкурентных отношений: причины, проявления, последствия.
4. Функции конкуренции в формировании эффективной рыночной среды.
5. Конкуренция как фактор экономического развития и инновационной активности.
6. Современные приоритеты конкурентной политики в развитых странах.
7. Влияние цифровизации экономики на формы и методы конкурентной борьбы.

Тема 1.2 Типология рыночных структур и особенности развития конкурентной среды в Российской Федерации

1. Сравнительный анализ моделей рыночных структур: теоретические и прикладные аспекты.
2. Особенности формирования конкурентной среды в российской экономике.
3. Естественные монополии в России: проблемы функционирования и регулирования.
4. Развитие конкуренции на отраслевых рынках РФ: состояние и перспективы.
5. Антимонопольная политика России: эволюция, инструменты, эффективность.
6. Барьеры входа на российские рынки: классификация и методы преодоления.
7. Олигополистические рынки в современной российской экономике.

8. Конкуренция в цифровой среде: новые вызовы для антимонопольного регулирования.
9. Международный опыт развития конкурентной среды и возможности его применения в России.
10. Роль малого и среднего предпринимательства в развитии конкуренции.

Тема 1.3 Формы проявления и методы пресечения недобросовестной конкуренции

1. Эволюция понятия недобросовестной конкуренции в российском и зарубежном праве.
2. Картельные сговоры: виды, методы выявления, ответственность.
3. Злоупотребление доминирующим положением: формы проявления и практика ФАС.
4. Промышленный шпионаж как форма недобросовестной конкуренции.
5. Защита интеллектуальной собственности в конкурентной борьбе.
6. Дискредитация конкурентов и введение потребителей в заблуждение.
7. Антимонопольное регулирование в цифровой экономике: новые вызовы.
8. Международный опыт борьбы с недобросовестной конкуренцией.

Тема 1.4 Теория конкурентных преимуществ

1. Эволюция теорий конкурентных преимуществ: от Д. Рикардо до М. Портера.
2. Модель пяти сил конкуренции Портера и ее применение в стратегическом анализе.
3. Конкурентные преимущества стран в глобальной экономике.
4. Ресурсный подход к формированию конкурентных преимуществ фирмы.
5. Ключевые компетенции как основа устойчивых конкурентных преимуществ.
6. Роль инноваций в создании конкурентных преимуществ.
7. Конкурентные преимущества России на мировых рынках.
8. Динамика конкурентных преимуществ в условиях цифровой трансформации.
9. Барьеры входа как фактор сохранения конкурентных преимуществ.
10. Конкурентный статус фирмы: методы оценки и управления.

Тема 2.1 Концептуальные основы стратегии и тактики конкурентной борьбы

1. Классификация конкурентных стратегий в современной экономической науке.
2. Виолентная (силовая) стратегия: условия применения и риски.
3. Пациентная (нишевая) стратегия как способ выживания малых инновационных фирм.
4. Коммутантная (приспособительная) стратегия в малом бизнесе.
5. Эксплерентная (пионерская) стратегия и роль венчурного капитала.
6. Стратегии конкурентного поведения рыночных лидеров.
7. Атакующие стратегии претендентов на лидерство.
8. Конкурентные стратегии малых предприятий в условиях глобализации.
9. Эволюция конкурентных стратегий российских компаний.
10. Защитные стратегии и их эффективность в различных рыночных условиях.

Тема 2.2 Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции

1. Стратегия лидерства по издержкам: условия применения и источники преимуществ.
2. Стратегия дифференциации в современной конкурентной борьбе.
3. Ценовые войны: причины, последствия, стратегии выживания.
4. Стратегия фокусирования как способ достижения конкурентных преимуществ.
5. Инновационные стратегии в системе конкурентного поведения.
6. Стратегия немедленного реагирования в условиях динамичного рынка.
7. Реализация базовых конкурентных стратегий российскими компаниями.
8. Комбинированные стратегии конкуренции: возможности и ограничения.
9. Влияние цифровизации на выбор конкурентной стратегии.