

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра экономики предприятия и менеджмента

О.В. Богданова

СБОРНИК ЛЕКСИОНОВ
по дисциплине «Анализ конкуренции»
для студентов очной и заочной форм обучения
направления подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль подготовки Маркетинг

Тверь – 2018 г.

Автор: д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия и менеджмента Богданова О.В.

Рецензент: д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики предприятия и менеджмента Беденко Н.Н.

Сборник тестов утвержден на заседании кафедры экономики предприятия и менеджмента протокол № 7 от "20" 02. 2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Введение	4
1. Тест по теме: «Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы».....	5
2. Тест по теме: «Научно-методические аспекты анализа и оценки конкурентоспособности объектов»	8
3. Тест по теме: «Проблемы оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры».....	13
4. Тест по теме: «Система управления конкурентоспособностью предприятия».....	18
5. Тест по теме: «Конкурентная среда предприятия и ее анализ».....	24
6. Тест по теме: «Конкурентная разведка в управлении конкурентным поведением предприятия».....	30
7. Тест по теме: «Конкурентная стратегия предприятия».....	33
8. Тест по теме: «Менеджмент качества в обеспечении конкурентоспособности предприятия».....	37
Список основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	40

ВВЕДЕНИЕ

В области образования одной из актуальных является проблема оценки уровня знаний (подготовленности) студентов по различным предметам. С переходом на балльно-рейтинговую систему оценки успеваемости студентов целесообразно (в рамках текущего контроля) использовать тестовые задания, которые дают возможность оценить полученные знания.

Дисциплина «Анализ конкуренции» входит в вариативную часть модуля 4 – «Информационно-аналитическая деятельность» учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг», формирующего профессиональные компетенции. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Целью освоения дисциплины «Анализ конкуренции» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний, умений и навыков анализа конкуренции для оценки конкурентоспособности объекта, обоснования конкурентной стратегии и соответствующих компетенций при принятии адекватных управленческих решений.

Публикуемые в настоящем сборнике тесты – прекрасные помощники студентам при изучении данной дисциплины, позволяют выявить «пробелы в знаниях» с целью их дальнейшего устранения и повышения рейтинга.