Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский национальный исследовательский технический университет»

Институт экономики, управления и права

Оценочные материалы

КОНКУРЕНЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

58.03.01 Востоковедение и африканистика

Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока (для лицензирования)

Бакалавр

Очная

Документ подписан простой электронной подписью Составитель: Зиборева О.Ю. Дата подписания: 09.06.2026	Документ подписан простой электронной подписью Руководитель структурного подразделения / Руководитель ООП: Чайка Юлия Борисовна Дата подписания: 09.06.2026

Год набора -
Иркутск, 2026 г.

3 семестр/ПК-4

Множественный выбор
Конкурентоспособность экспортируемой продукции – это:
C) способность продукции определенной страны успешно продаваться на международных рынках
A) самый высокий в регионе уровень качества
B) способность товара или услуги продавать себя
D) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе, определяемая в конкретный период времени

Пропущенное слово
Ежегодный рейтинг, оценивающий способность стран обеспечивать высокий уровень благосостояния и устойчивого экономического роста – это [индекс глобальной конкурентоспособности].

Соответствие
Необходимо соединить термин с его значением:
A) Данный показатель определяет: как рынок делится между компаниями
Концентрация рынка
B) Конкурентный фактор ценообразования
Эффект масштаба
C) Повышение цен
Инфляция

Множественный выбор
Что из перечисленного не относится к факторам ценовой конкурентоспособности?
C) Уникальный дизайн и экологичность продукции
A) Уровень издержек производства
B) Уровень инфляции в стране происхождения
D) Уровень таможенных пошлин и транспортных расходов

Короткий ответ
Стратегия, при которой компания берет под свой контроль несколько или все этапы создания товара: от добычи сырья до продажи конечному потребителю, называется вертикальной интеграцией бизнеса. Верно?
A) Верно

B) Неверно

Короткий ответ
Привередливые клиенты не стимулируют инновации. Верно?
A) Верно
B) Неверно

Множественный выбор
Составляющими конкурентоспособности товара являются:
A) базисные условия контракта
B) эффективность рекламы
C) предпочтения призводителя, противоречащие рынку

Соответствие
Необходимо соединить термин с его значением:
A) Укажите формы международной экспансии, используемые предприятиями при выходе на рынок:
Лицензирование
B) Факторы ценовой конкурентоспособности
Цена
C) Угроза появления новых игроков на рынке
Конкуренция

Пропущенное слово
Источники конкурентных преимуществ – это [ресурсы] и компетенции (материальные, финансовые, нематериальные).

Множественный выбор
Способ продажи товаров за рубеж, при котором производитель не работает с иностранными покупателями напрямую, а использует компании-посредники
A) Косвенный экспорт
B) Косвенный импорт
C) Прямой экспорт
D) Прямой импорт

3 семестр

Эссе		
Содержание задания	**Критерии для оценивания**	**Коды компетенций**
Конкурентоспособность продукции	Составить перечень характеристик (не менее 10), необходимых для анализа конкурентоспособности продукции агропромышленного холдинга, транспортной компании, промышленного предприятия (по выбору студента). Сделать выводы. Аргументировать ответ на оценку «зачтено».	*ПК-4*
Анализ бизнес-кейсов. Разработка стратегии «голубого океана»: найти пример компании, которая перестала бороться на высококонкурентном рынке («красный океан») и создала новый, свободный рынок (например, Cirque du Soleil или Uber).	Проанализировать причины ухода компании из высококонкурентного рынка («красного океана»), а также факторы, способствующие созданию и развитию нового, свободного рынка («голубого океана»). Назвать не менее 4-5 причин и факторов на оценку «зачтено».	*ПК-4*
Анализ бизнес-кейсов. Оценка стратегии интернационализации на примере мультинациональных корпораций (например, Coca-Cola или McDonald's и др.).	Выбрать мультинациональную корпорацию (например, Coca-Cola или McDonald's) и описать, какие конкурентные преимущества позволили ей успешно закрепиться на зарубежных рынках, не менее 5 на оценку «зачтено».	*ПК-4*
Анализ международной конкурентоспособности на основе применения методики «Ромба М. Портера» к определенной стране для объяснения ее мирового лидерства в конкретной индустрии (например, производство часов в Швейцарии и др.).	Необходимо выяснить параметры спроса, факторы производства, родственные отрасли, стратегию фирм. При выполнении задания по всем параметрам ставится оценка «зачтено».	*ПК-4*
Расчет индекса рыночной концентрации для различных отраслей, маркетплейсов или цифровых торговых площадок (например, Wildberries, Ozon и др.)	Расчет индекса рыночной концентрации осуществляется, если известны доли рынка крупнейших игроков, и делается вывод об уровне монополизации рынка на оценку «зачтено».	*ПК-4*
Расчет индекса глобальной конкурентоспособности (ИГК) по двум странам с разным уровнем развития экономики	Проанализировать позиции стран в рейтингах Всемирного экономического форума, выбрав две страны с разными уровнями развития экономики, и сравните их структурные показатели и сделать аргументированные выводы на оценку «зачтено»	*ПК-4*
Анализ цепочки создания ценности	Определить, какие этапы деятельности компании добавляют наибольшую стоимость в цену товара, услуги (например, производство, маркетинг, логистика или сервис). Как это отражается на ценах для покупателей, клиентов? Как это создает отрыв от конкурентов? Сделать аргументированные выводы на оценку «зачтено»	*ПК-4*

PESTLE-анализ: влияние различных факторов на экспансию международных компаний	Оценить влияние политических, экономических, социологических, технологических, правовых и экологических факторов на международную экспансию известных компаний. Аргументированные ответы оцениваются «зачтено»	*ПК-4*
SWOT-анализ отраслей (например, автомобилестроение, торговля, IT)	Составить матрицу для конкретной отрасли, выявив сильные (S) и слабые (W) стороны, а также рыночные возможности (O) и угрозы (T). Аргументированные ответы оцениваются «зачтено».	*ПК-4*
SWOT-анализ предприятия	Составить матрицу для конкретного предприятия, выявив сильные (S) и слабые (W) стороны, а также рыночные возможности (O) и угрозы (T). Аргументированные ответы оцениваются «зачтено».	*ПК-4*