

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Б1.В.ДВ.08.01 Стратегический маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

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

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

Знать:

Этап 1: рыночные риски для принятия управленческих решений.

Этап 2: рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений.

Уметь:

Этап 1: проводить анализ рыночных рисков для принятия управленческих решений.

Этап 2: проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.

Владеть:

Этап 1: проведения анализа рыночных рисков при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Этап 2: проведения анализа рыночных и специфических рисков при принятии решений об инвестировании и финансировании.

ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

Знать:

Этап 1: методику оценки инвестиционных проектов.

Этап 2: методику оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

Уметь:

Этап 1: оценки инвестиционных проектов.

Этап 2: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

Владеть:

Этап 1: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

Этап 2: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 1 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели		Способы оценки
		1	2	3
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании		знать: рыночные риски для принятия управленческих решений; уметь: проводить анализ рыночных рисков для принятия управленческих решений; владеть: проведения анализа рыночных рисков при	устный опрос, письменный опрос, контрольная работа, компьютерное тестирование

		принятии решений об инвестировании и финансировании.	
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	знать: методику оценки инвестиционных проектов; уметь: оценки инвестиционных проектов; владеть: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.	устный опрос, письменный опрос, контрольная работа, компьютерное тестирование

Таблица 2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 2 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели		Способы оценки
		1	2	
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	знать: рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений; уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений; владеть: проведения анализа рыночных и специфических рисков при принятии решений об инвестировании и финансировании.	3	4
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	знать: методику оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования; уметь: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования; владеть: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов.	3	4

3. Шкала оценивания.

Университет использует систему оценок соответствующего государственным регламентам в сфере образования и позволяющую обеспечивать интеграцию в международное образовательное пространство. Система оценок и описание систем оценок представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3 - Система оценок

Диапазон оценки, в баллах	Экзамен		Зачет
	европейская шкала (ECTS)	традиционная шкала	
[95;100]	A – (5+)	отлично – (5)	зачтено
[85;95)	B – (5)		
[70,85)	C – (4)	хорошо – (4)	
[60;70)	D – (3+)		
[50;60)	E – (3)	удовлетворительно – (3)	
[33,3;50)	FX – (2+)		
[0;33,3)	F – (2)	неудовлетворительно – (2)	незачтено

Таблица 4 - Описание системы оценок

ECTS	Описание оценок	Традиционная шкала
A	Превосходно – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	отлично (зачтено)
B	Отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.	
C	Хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено максимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.	хорошо (зачтено)
D	Удовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	удовлетворительно (зачтено)

E	Посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	удовлетворительно (незачтено)
FX	Условно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)
F	Безусловно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)

4. 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.

Таблица 5 - ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: рыночные риски для принятия управленческих решений	<ol style="list-style-type: none"> Общая характеристика стратегий роста предприятия с использованием матрицы «товар-рынок» (матрицы И. Ансоффа): проникновения на рынок; развития рынка; развития товара; диверсификации. Модифицированная матрица «товар-рынок» (стратегии проникновения на рынок и стратегии развития товара). Направления диверсифицированного роста: причины диверсификации; характеристика стратегий; критерии их привлекательности.
Уметь: проводить анализ рыночных	<ol style="list-style-type: none"> Стратегии сохранения позиции на рынке или сокращения. Использование матрицы «товар-рынок» в оценке направлений

рисков для принятия управленческих решений	<p>развития предприятия.</p> <p>6. Назначение аудита маркетинга. Внешний маркетинговый аудит: аудит макроокружения (методы «5×5», составления профиля среды, STEP- и PEST-анализ). Внешний маркетинговый аудит: аудит микроокружения (рынка, конкурентов, посредников и поставщиков, лист оценки потребителей).</p>
Навыки: проведения анализа рыночных рисков при принятии решений об инвестировании и финансировании	<p>7. Особенности проведения SWOT-анализа: общая характеристика, правила, матрица возможностей и матрица угроз, анализ сильных и слабых сторон, анализ связей между факторами внутренней и внешней среды.</p> <p>8. Анализ отрасли с использованием теории пяти конкурентных сил.</p> <p>9. Проблемы выбора целевых рынков.</p>

Таблица 6 - ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений	<p>1. Проведение сегментации рынка: направления, признаки сегментации и области их применения; специфика сегментации промышленных рынков.</p> <p>2. Современные модели сегментации рынка: одно- и многопараметрические (метод AID и дерево сегментов); модели “post hoc” и “a priori”; кластерная сегментация.</p> <p>3. Сегментация на основе искомых выгод (мультиатрибутивная сегментация).</p>
Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений	<p>4. Стратегии охвата рынка. Оценка привлекательности рынков (сегментов): правила сегментирования; характеристика основных стратегий; критерии выбора целевых сегментов; балльная оценка привлекательности, использование ABC-анализа; концентрированный и дисперсный выход на рынок.</p> <p>5. Значение концепции позиционирования в разработке эффективных маркетинговых стратегий: понятие, цель, правила позиционирования.</p> <p>6. Характеристика этапов разработки концепции позиционирования.</p>
Навыки: проведения анализа рыночных и специфических рисков при принятии решений об инвестировании и финансировании	<p>7. Использование методов маркетинговых исследований в разработке концепции позиционирования.</p> <p>8. Классификация типов конкурентов (подходы Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, А.Ю. Юданова).</p> <p>Выбор конкурентных стратегий в зависимости от положения предприятия на рынке.</p>

Таблица 7 - ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: методику оценки инвестиционных проектов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые стратегии для участников новых рынков: категории новых товаров, их соответствие различным стратегическим задачам. Стратегии первоходца и последователя. 2. Маркетинговые стратегии для растущего рынка: лидера и последователя. 3. Маркетинговые стратегии для зрелого рынка: стратегические ловушки; характеристика стратегий проникновения за счет новых и существующих потребителей и др.
Уметь: оценки инвестиционных проектов	<ol style="list-style-type: none"> 4. Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления; уровни стратегического управления; ключевые компоненты маркетинговой стратегии, их характеристика на различных уровнях управления. 5. Стратегическое маркетинговое планирование: понятие, процесс, характеристика основных этапов. 6. Проблемы построения систем стратегического маркетингового планирования.
Навыки: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования	<ol style="list-style-type: none"> 7. Организация стратегического маркетинга с учетом подходов к процессу управления, структуры управления, структуры службы маркетинга. Функциональные обязанности топ-менеджмента и сотрудников службы маркетинга (вице-президента по маркетингу, директора по маркетингу, управляющего службой маркетинга, ведущего специалиста по маркетингу). Принципы (снятия барьеров восприятия, навыков и знаний; нехватки ресурсов, времени, информации; призванные бороться с барьерами систем и порядка; формирования организационной культуры; формирования поведения сотрудников). 8. Координация и взаимодействие в сфере стратегического маркетинга: варианты взаимодействия; роль внутренних коммуникаций; внутренний маркетинг; власть и влияние. <p>Стратегический маркетинговый контроль: понятие, задачи, направления. Тестирование процесса разработки маркетинговых стратегий; тестирование маркетинговых стратегий.</p>

Таблица 8 - ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: бизнес-процессы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика этапов разработки концепции позиционирования. 2. Направления и уровни позиционирования. 3. Правила построения и использования карт восприятия. 4. Ошибки и способы модификации неблагоприятного позиционирования. 5. Использование методов маркетинговых исследований в разработке концепции позиционирования.

Уметь: моделирования бизнес-процессов	6. Области использования матричных методов: характеристика основных типов бизнеса, цели использования портфолио-методов. 7. Особенности использования матрицы BCG в стратегическом маркетинговом планировании. 8. Многофакторные подходы к моделированию бизнес-портфеля: модель GE/McKinsey (привлекательности отрасли – положения на рынке) и матрица Shell/DPM (направленной политики). 9. Модель Хоффера-Шенделя: параметры построения, характеристика обобщенных стратегий.
Навыки: оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования	10. Стратегические решения в политике распределения и пути их реализации: направления, факторы, элементы, цели и задачи. 11. Стратегические решения в коммуникационной политике и пути их реализации: стадии разработки, характеристика основных стратегий, цели и задачи по основным элементам продвижения. 12. Стратегические решения в ценовой политике и пути их реализации: типы ценовых стратегий и условия их применения; стратегии для новых компаний и «старожил», смешанные ценовые стратегии. Виды ценовых стратегий, ценовые тактики.

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

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль (зачет, экзамен), контроль самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль успеваемости обучающихся осуществляется по всем видам контактной и самостоятельной работы, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем, ведущим аудиторные занятия.

Текущий контроль успеваемости может проводиться в следующих формах:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.д.);
- письменная (письменный опрос, выполнение, расчетно-проектировочной и расчетно-графической работ и т.д.);
- тестовая (устное, письменное, компьютерное тестирование).

Результаты текущего контроля успеваемости фиксируются в журнале занятий с соблюдением требований по его ведению.

Промежуточная аттестация – это элемент образовательного процесса, призванный определить соответствие уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся, установленным требованиям согласно рабочей программе дисциплины. Промежуточная аттестация осуществляется по результатам текущего контроля.

Конкретный вид промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Зачет, как правило, предполагает проверку усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, выполнения лабораторных, расчетно-проектировочных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), а также проверку результатов учебной, производственной или преддипломной практик. В отдельных случаях зачеты могут устанавливаться по лекционным курсам, преимущественно описательного характера или тесно связанным с производственной практикой, или имеющим курсовые проекты и работы.

Экзамен, как правило, предполагает проверку учебных достижений обучаемых по всей программе дисциплины и преследует цель оценить полученные теоретические знания, навыки самостоятельной работы, развитие творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и их практического применения.

6. Материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Полный комплект оценочных средств для оценки знаний, умений и навыков находится у ведущего преподавателя.