

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

**И.о. декана факультета Экономики и
управления**

_____/М.Х.Булгучев

_____/М.Ш.Мержо

от «22» мая 2024г.

от «23» мая 2024г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе

Направление подготовки

38.04.02. «Менеджмент»

Направленность

Государственно-частное партнерство

Квалификация выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

г. Магаса, 2024

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

В процессе освоения образовательной программы компетенции формируются по следующим этапам:

- 1) начальный этап дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;
- 2) основной этап позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;
- 3) завершающий этап предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

При освоении дисциплины (модуля) компетенции, закрепленные за ней, реализуются по темам (разделам) дисциплины (модуля), в определенной степени (полностью или в оговоренной части) и на определенном этапе, что приведено в Таблице 1.

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

ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-9

№	Код компетенции	Номер темы (раздела) дисциплины (модуля)	Степень реализации компетенции при освоении дисциплины (модуля)	Этап формирования компетенции при освоении дисциплины (модуля)
1.	ПК-2	1-5	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	
2.	ПК-4	1-5	Способностью	

			использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	
3.	ПК-5	1-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	
4.	ПК-6	1-5	Способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	
5.	ПК-9	1-2	Способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время текущей аттестации

Шкала оценивания	Показатели и критерии оценивания
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.

4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время промежуточной аттестации

Оценка экзамена (нормативная)	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>
5, отлично	<p>Оценка «5 (отлично)» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал и демонстрирует это на занятиях и экзамене, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагал его, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний. Причем обучающийся не затруднялся с ответом при видоизменении предложенных ему заданий, использовал в ответе материал учебной и монографической литературы, в том числе из дополнительного списка, правильно обосновывал принятое решение.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрировали высокую степень овладения программным материалом.</p> <p>Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.</p>
4, хорошо	<p>Оценка «4, (хорошо)» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и экзамене, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>

Оценка экзамена (нормативная)	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>
	<p>Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).</p>
3, удовлетворительно	<p>Оценка «3 (удовлетворительно)» выставляется обучающемуся, если он имеет и демонстрирует знания на занятиях и экзамене только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p> <p>Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся с учётом баллов текущей (на занятиях) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.</p>
2, не удовлетворительно	<p>Оценка «2 (не удовлетворительно)» выставляется обучающемуся, который не знает большей части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы на занятиях и экзамене. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую (недостаточную) степень овладения программным материалом.</p> <p>Рейтинговые баллы назначаются обучающимся с учётом баллов текущей (на занятиях) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося на зачете по дисциплине

Результат зачета	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>

Результат зачета	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
гр.1	гр.2
зачтено	<p>Результат «зачтено» выставляется обучающемуся, если рейтинговая оценка (средний балл) его текущей аттестации по дисциплине входит в данный диапазон.</p> <p>При этом, обучающийся на учебных занятиях и по результатам самостоятельной работы демонстрировал знание материала, грамотно и по существу излагал его, не допускал существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применял использовал в ответах учебно-методический материал исходя из специфики практических вопросов и задач, владел необходимыми навыками и приёмами их выполнения.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют высокую (15....13) / хорошую (12..10) / достаточную (9...7) степень овладения программным материалом.</p> <p>Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся как среднеарифметическое рейтинговых оценок по текущей аттестации (на занятиях и по результатам выполнения контрольных заданий) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне от достаточного до высокого.</p>
не зачтено	<p>Результат «не зачтено» выставляется обучающемуся, если рейтинговая оценка (средний балл) его текущей аттестации по дисциплине входит в данный диапазон.</p> <p>При этом, обучающийся на учебных занятиях и по результатам самостоятельной работы демонстрирует незнание значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.</p> <p>Как правило, «не зачтено» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую (недостаточную) степень овладения программным материалом.</p> <p>Рейтинговые баллы назначаются обучающемуся как среднеарифметическое рейтинговых оценок по текущей аттестации (на занятиях и по результатам выполнения контрольных заданий) и промежуточной (экзамен) аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы</p>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций используются следующие типовые контрольные задания:

3.1. Текущий контроль успеваемости

Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях)

1. Формы и способы конкурентной борьбы торговых сетей в России.
2. Маркетинговая стратегия развития торговой сети
3. Разработка коммуникационной стратегии бренда
4. Организационные подходы реализации маркетинговой стратегии (на примере компании)
5. Стратегии управления поставщиками
6. Разработка маркетинговой стратегии оболочечной компании
7. Маркетинговая стратегия в рамках идеологии Funky Business
8. Стратегия формирования лояльности потребителей
9. Клиентоориентированное управление в цепочке создания ценностей
10. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами, инструменты CRM.
11. Стратегии кастомизации продукта
12. Стратегии и технология продвижения на основе Direct Mail: креативный подход
13. Организационные стратегии маркетинга компании
14. Реализация стратегии вертикальной маркетинговой интеграции

Типовые темы рефератов

1. Организация маркетинговой деятельности в организации.
2. Разработка комплекса маркетинга для организации оптовой (розничной) торговли.
3. Маркетинговое планирование в организации (разработка маркетингового плана).
4. Разработка маркетинговой стратегии организации
5. Методические подходы к оценке конкурентоспособности организации сферы услуг (общественного питания или розничной торговли)
6. Определение целей и формирование маркетинговой стратегии
7. Оценка привлекательности рынка

8. Выбор целевых рынков для компании
9. Разработка бюджета маркетинга
10. Аудит маркетинга
11. Оценка эффективности маркетинговой деятельности организации
12. Формирование имиджа организации
13. Разработка фирменного стиля организации
14. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
15. Совершенствование маркетинговой деятельности организации предприятия торговли на принципах мерчендайзинга.
16. Разработка и выведение на рынок новой продукции.
17. Разработка и обоснование марочной политики организации
18. Разработка стратегии распределения
19. Формирование каналов распределения товаров (услуг)
20. Использование франчайзинга как формы развития бизнеса
21. Использование прямого маркетинга в компании
22. Разработка ценовой политики компании
23. Выбор стратегии ценообразования для новых товаров и услуг
24. Обоснование конкурентной ценовой стратегии организации
25. Интегрированные маркетинговые коммуникации в организации
26. Маркетинговое обоснование рекламной кампании
27. Обоснование стратегий продвижения продукции на рынок
28. Разработка (планирование) рекламной кампании
29. Разработка (планирование) PR-кампании
30. Организация взаимодействия организации и рекламного агентства.
31. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы
32. Организации и эффективность персональных (личных) продаж
33. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности
34. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта)
35. Формирование потребительских предпочтений

- 36. Проведение качественных и количественных исследований (по конкретным товарам и услугам)
- 37. Исследование предпочтений, лояльности и степени удовлетворенности потребителя.
- 38. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков.
- 39. Проведение тестирования новой продукции
- 40. Использование современных информационных технологий в маркетинге организации предприятий.

Типовые тесты / задания

1. Стратегия дифференциации это - .

А) Способность фирмы быстро адаптироваться к изменениям внешней среды.

Б) Изготовлении особой (иногда необычной) продукции, являющейся модификацией стандартного изделия.

В) Производство разнопрофильной продукции, ориентированной на различные рынки .

2. SWOT-анализ это -.

А) Анализ сильных и слабых сторон организации, его угроз и возможностей.

Б) Сводный анализ деятельности компании..

В) Анализ перспектив развития фирмы.

3. Стратегия сегментирования это -

А) Снижение себестоимости на основе экономии.

Б) Обеспечение преимуществ над конкурентами в обособленном и часто единственном сегменте рынка, выделенном на основе географического, психографического, поведенческого, демографического или других принципов сегментации.

В) выбор наиболее перспективных сегментов.

4. К эталонным стратегиям относятся.

- А) Снижения себестоимости, дифференциации, нишевая.
 - Б) Концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста, сокращения.
 - В) Роста, стабилизации, сокращения.
5. Стратегия диверсификации реализуется, если - .
- А) Кампания не имеет достаточного опыта в новом бизнесе.
 - Б) Нет финансовых ресурсов для развития.
 - В) Фирмы дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в данной отрасли.
6. Стратегии интегрированного роста предполагают...
- А) Расширение фирмы путем добавления новых структур.
 - Б) Сокращение расходов компании.
 - В) Анализ перспектив развития фирмы.
7. Конкурентные стратегии это -
- А) Снижения себестоимости, дифференциации, сегментирования, внедрения новшеств, немедленного реагирования на рынке.
 - Б) Интеграции, диверсификации.
 - В) Экстенсивный, интенсивный рост.
8. Стратегия внедрения новшеств это -.
- А) Обеспечение преимуществ над конкурентами в обособленном и часто единственном сегменте рынка, выделенном на основе географического, психографического, поведенческого, демографического или других принципов сегментации.
 - Б) Усилия на поиске принципиально новых, эффективных технологий, проектирования необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции, методов организации производства, приемов стимулирования сбыта и т.д.
 - В) Ежедневное совершенствование деятельности компании.
9. Стратегический план маркетинга содержит следующие элементы:
- А) Определение миссии компании, ситуационный анализ, определение целей и программ.

Б) План производства, финансов, сбыта.

В) Цели, бюджеты.

10. Конкуренция это -

А) соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Б) Невозможность осуществлять работу на определенном рынке.

В) Использование неправовых мер в рыночной деятельности компании.

11. Конкурентные преимущества это -.

А) Концентрированное проявлением превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационных сферах деятельности предприятия, которое можно измерить экономическими показателями (дополнительная прибыль, высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж и др.).

Б) Динамичные изменения на рынке и возможностью разделить всю деятельность фирмы на проекты.

В) Способность компании существовать на рынке

12. Стратегия внедрения новшеств это -.

А) Обеспечение преимуществ над конкурентами в обособленном и часто единственном сегменте рынка, выделенном на основе географического, психографического, поведенческого, демографического или других принципов сегментации.

Б) Усилия на поиске принципиально новых, эффективных технологий, проектирования необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции, методов организации производства, приемов стимулирования сбыта и т.д.

В) Каждодневное совершенствование деятельности компании.

13. Миссия организации это - .

А) Комплекс стратегических мероприятий.

Б) Юридический статус предприятия.

В) Основное кредо предприятия, четко выраженная причина его существования.

14. Стратегия снижения себестоимости это -

А) Значительная экономия на масштабе производства и привлечения большого числа потребителей, для которых цена – определяющий фактор при покупке.

Б) Получение максимальной прибыли за счет выпуска некачественной продукции.

В) Всесторонняя экономия во всех подразделениях компании.

15. STEP» означает

А) Анализ сильных и слабых сторон компании.

Б) анализ угроз и возможностей предприятия.

В) Анализ макросреды, основывающийся на изучении социальных, технологических, экономических и политических факторов.

Типовые контрольные вопросы

1. Разработка маркетинговой стратегии, основанной на ценности
2. Стратегия бренда основанная на «Lovemarks» - подходе.
3. Маркетинговые стратегии «фирм - газелей».
4. Анализ конкурентоспособности компании на основе бенчмаркинга.
5. Разработка стратегического плана маркетинга для предприятия.
6. Реализация маркетинговых стратегий в Интернете на основе social media marketing (SMM).
7. Формирование конкурентной стратегии компании
8. Реализация «партизанской» маркетинговой стратегии.
9. Разработка маркетинговых стратегий инновационных продуктов.
10. Разработка стратегии позиционирования товара на основе технологии Brand Mapping.
11. Разработка стратегии дифференциации продукта

12. Разработка маркетинговой стратегии для региональных ритейлеров в условиях консолидации рынка.
13. Формирование товарной стратегии компании
14. Разработка ценовой стратегии компании
15. Разработка стратегии распределения, пути преодоления входных барьеров в торговые сети

3.2. Промежуточная аттестация

Типовые вопросы к промежуточной аттестации (зачет)

1. Рыночная стратегия – модель 4А (АААА)
2. Точка «А» сегодня для фирмы – что в нее входит?
3. Три «кита» стратегии
4. 5 основных инструментов стратегического планирования
5. Смысл матрицы Ансоффа
6. Что получается в итоге SWOT-анализа?
7. На чем может базироваться стратегия (3 фактора)?
8. Этапы стратегического управления
9. Эталонные стратегии развития
10. 4 барьера внедрения стратегии
11. Что включает в себя стратегический контроллинг?
12. Особенности современной рыночной ситуации
13. Три инструмента воздействия на людей
14. Основные принципы управления
15. Понятие потребительской ценности. Пример.
16. Понятие жизненного цикла продукта, проекта...
17. Ваше определение маркетинга. Обоснуйте.
18. Когда не нужен маркетинг?
19. Три этажа маркетинга. Последствия отсутствия одного из этажей или их несбалансированности.
20. Три основных понятия маркетинга
21. Три уровня конкуренции

22. Роль информации в маркетинге. Что дают и чего не могут дать исследования?

23. Способы, методы получения необходимой рыночной информации.

24. Ниши и сегменты рынка. Примеры.

25. КФУ и УКП. Примеры.

26. Что такое парадокс накопления? Пример.

27. Сформулируйте закон энтропии. Пример.

28. Приведите пример закона непредусмотренных последствий

29. 4 особенности услуг как товара

30. Основные подходы к ценообразованию. Пример.

31. Ключевые элементы системы продвижения продуктов/услуг

32. Основные виды систем распределения и тенденции развития

33. Кто реально является маркетологом в малом и среднем бизнесе?

34. Методология SWOT - анализа

35. Анализ реакции рынка на изменение ситуации

36. Анализ поведения покупателей на рынке товаров

37. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособность

38. Исследование позиций конкурентов на рынке

39. Методы конкурентной борьбы

40. Понятие коммерческого риска

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания достижения запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю)

Текущая аттестация

При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре (практическом занятии) учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;

- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала;

- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются такие процедуры и технологии как тестирование и опрос на семинарах (практических занятиях).

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- практические контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

По сложности ПКЗ разделяются на простые и комплексные задания.

Простые ПКЗ предполагают решение в одно или два действия. К ним можно отнести: простые ситуационные задачи с коротким ответом или простым действием; несложные задания по выполнению конкретных действий. Простые задания применяются для оценки умений. Комплексные задания требуют многоходовых решений как в типичной, так и в нестандартной ситуациях. Это задания в открытой форме, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, в т.ч. задания на индивидуальное или коллективное выполнение проектов, на выполнение практических действий или лабораторных работ. Комплексные практические задания применяются для оценки владений.

Типы практических контрольных заданий:

- задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;

- установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),
- нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий);
- указать возможное влияние факторов на последствия реализации умения и т.д.
- задания на принятие решения в нестандартной ситуации (ситуации выбора, многоальтернативности решений, проблемной ситуации).

Оценивание обучающегося на текущей аттестации осуществляется в соответствии с критериями, представленными в п. 2, и носит балльный характер.

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации: зачет.

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на вопросы теоретического характера и практического характера.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе;
- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов;
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно;
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану.

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается объем правильного решения.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Оценивание обучающегося на промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с критериями, представленными в п. 2, и носит балльный характер.