

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление подготовки / специальность: Менеджмент

Профиль / специализация: Корпоративное управление организацией в цифровой экономике

Дисциплина: Стратегический маркетинг

Формируемые компетенции: УК-1
ПК-1
ПК-2

1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Объект оценки	Уровни сформированности компетенций	Критерий оценивания результатов обучения
Обучающийся	Низкий уровень Пороговый уровень Повышенный уровень Высокий уровень	Уровень результатов обучения не ниже порогового

Шкалы оценивания компетенций при сдаче экзамена или зачета с оценкой

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания Экзамен или зачет с оценкой
Низкий уровень	Обучающийся: -обнаружил пробелы в знаниях основного учебно-программного материала; -допустил принципиальные ошибки в выполнении заданий, предусмотренных программой; -не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании программы без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	Неудовлетворительно
Пороговый уровень	Обучающийся: -обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебной и предстоящей профессиональной деятельности; -справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой; -знаком с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; -допустил неточности в ответе на вопросы и при выполнении заданий по учебно-программному материалу, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Удовлетворительно
Повышенный уровень	Обучающийся: - обнаружил полное знание учебно-программного материала; -успешно выполнил задания, предусмотренные программой; -усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; -показал систематический характер знаний учебно-программного материала; -способен к самостоятельному пополнению знаний по учебно-программному материалу и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности	Хорошо

Высокий уровень	Обучающийся: -обнаружил всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; -умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой; -ознакомился с дополнительной литературой; -усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплин и их значение для приобретения профессии; -проявил творческие способности в понимании учебно- программногo материала.	Отлично
-----------------	--	---------

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оценивается следующим образом:

Планируемый уровень результатов освоения	Содержание шкалы оценивания достигнутого уровня результата обучения			
	Неудовлетворительно Не зачтено	Удовлетворительно Зачтено	Хорошо Зачтено	Отлично Зачтено
Знать	Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке в части междисциплинарных связей.
Уметь	Отсутствие у обучающегося самостоятельности в применении умений по использованию методов освоения учебной дисциплины.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении умений решения учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем.	Обучающийся продемонстрирует самостоятельное применение умений решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение умений решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.
Владеть	Неспособность самостоятельно проявить навык решения поставленной задачи по стандартному образцу повторно.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении навыка по заданиям, решение которых было показано преподавателем	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей

2. Перечень вопросов и задач к экзаменам, зачетам, курсовому проектированию, лабораторным

занятиям. Образец экзаменационного билета.

Примерный перечень вопросов к экзамену.

Компетенция УК-1:

1. Методы системного и критического анализа.
2. Методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемной ситуации.
3. Предпосылки рыночного роста компании. Потребительская ценности и механизм ее создания.
4. Планирование и реализация маркетинговых стратегий. Структура и содержание стратегического маркетингового плана.
5. Взаимосвязь стратегического и маркетингового планов. Процесс планирования маркетинга.
6. Организация планирования маркетинга. Виды планов маркетинга.
7. Стратегии рыночного поведения. Факторы рынка, влияющие на маркетинг компаний. Сегментирование и позиционирование как стратегические процессы.

Компетенция ПК-1:

1. Стратегическое управление процессами создания сетей поставок.
2. Ценовые стратегии и ценовое позиционирование. Алгоритм выбора ценовых решений.
3. Виды ценовых стратегий. Управление ценами в рамках товарного ассортимента.
4. Стратегии в области организации каналов сбыта.
5. Маркетинговая логистика. Цели маркетинговой логистики. Решения, принимаемые в маркетинговой логистике.
6. Реализация маркетинговых стратегий. Управленческие решения по поводу выбора и реализации маркетинговых стратегий.

Компетенция ПК-2:

1. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей на уровне организации.
1. 2. Концепция позиционирования. Основания для позиционирования. Стратегии позиционирования.
2. Товарно-ассортиментные стратегии. Соотношение понятий «товар» и «торговая марка».
3. Значение марок. Торговая марка как многоуровневый символ.
4. Понятие и измерение марочного капитала Подходы к измерению ценности марочного капитала.
5. Стратегические решения о марках. Товарные стратегии.

Примерные практические задачи (задания) и ситуации

Компетенция УК-1:

1. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10% до 1 % при ёмкости рынка 175 млн штук товара.

Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одну единицу товара составляет 98 рублей, а ёмкость рынка останется неизменной. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. рублей.

2. Обоснуйте выбор целевого сегмента на рынке средств по уходу за контактными линзами, если имеются следующие данные: уровень рентабельности по сегменту «А» составляет 12 %, по сегменту «В» – 25 %, по сегменту «С» – 9 %.

Объем предложения на рынке составляет 80 % от объема существующего спроса, или 600 тыс. шт. в год. При этом в структуре спроса на сегмент «А» приходится 30 % общего объема, на сегмент «В» – 25 %, а на сегмент «С» – 45 %. Структура предложения товара на рынке выглядит иным образом: на сегмент «А» в структуре предложения приходится 55 %, на сегменты «В» и «С» – 25 и 20 % соответственно.

Оценка изменений в состоянии спроса представлена в таблице.

Таблица

Прогнозируемые тенденции
изменения спроса на рынке средств по уходу
за контактными линзами

Параметры	Оценка
Прирост численности сегмента «А»	+ 2
Прирост численности сегмента «В»	- 2
Прирост численности сегмента «С»	+ 5
Степень обновления продукции в отрасли	0
Благоприятные факторы для сегмента «А»	- 4
Благоприятные факторы для сегмента «В»	+ 2
Благоприятные факторы для сегмента «С»	+ 3
Неблагоприятные факторы для сегмента «А»	+ 5
Неблагоприятные факторы для сегмента «В»	- 5
Неблагоприятные факторы для сегмента «С»	0

Для удобства проведения анализа составьте рабочий образец таблицы расхождений спроса и предложения.

Сегмент	Сколько необходимо данному сегменту Продукции (СПРОС)	Сколько Предложено (ПРЕДЛОЖЕНИЕ)	Разница	Вывод
«А»				
«В»				
«С»				

Компетенция ПК-1:

Предприятие при реализации товара ориентируется на три сегмента рынка.

В первом сегменте объем продаж в 2018 г. составил 54 млн. шт. при ёмкости рынка в этом сегменте 1 980 млн. шт. Предполагается, что в 2019 г. ёмкость рынка в этом сегменте возрастет на 3 %, а доля компании – на 5%.

Во втором сегменте доля компании составляла 4 %, объем продаж – 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка в 2019 г. возрастет на 11 %, при этом доля компании в этом сегменте вырастет до 8 %.

В третьем сегменте в 2018 г. ёмкость рынка составляла 45 млн. шт., доля компании – 0,12. Изменений ёмкости рынка не предвидится, а объем продаж компании сократится на 1 млн. шт.

Определите объем продаж компании в 2019 г. при вышеуказанных условиях.

Компетенция ПК-2:

1. Разработайте план маркетинга для предприятия (вариант выдается преподавателем).

1.1. Стратегический аспект маркетингового планирования (временной горизонт – 3 года, с разбивкой по годам):

- Миссия организации (формулировка. Не изменяется в течение длительного времени!).
- Цели организации (формулируются в количественном и/или качественном аспектах и отражают желаемые результаты по параметрам «товар», «клиенты», «рынки»).
- Описание целевых сегментов компании и желаемой конкурентной позиции на них.
- Описание желаемого конкурентного преимущества и основы стратегии позиционирования.

2.2. Тактический аспект маркетингового планирования:

- Изложение текущей маркетинговой ситуации.
- Перечень опасностей и возможностей.
- Перечень задач и проблем.
- Разработка плана маркетинга (маркетинг-микс / комплекса маркетинга \ 4P или 7 P).
- Бюджет.

Образец экзаменационного билета

Дальневосточный государственный университет путей сообщения		
Кафедра (к302) Менеджмент 2 семестр, учебный год	Экзаменационный билет № по дисциплине Стратегический маркетинг для направления подготовки / специальности 38.04.02 Менеджмент профиль/специализация Корпоративное управление организацией в цифровой экономике	«Утверждаю» Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент «__» _____ 20__ г.
1. Понятие и измерение марочного капитала Подходы к измерению ценности марочного капитала (УК-1)		
2. Реализация маркетинговых стратегий. Управленческие решения по поводу выбора и реализации маркетинговых стратегий (ПК-1)		
<p>3. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10% до 1 % при ёмкости рынка 175 млн штук товара.</p> <p>Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одну единицу товара составляет 98 рублей, а ёмкость рынка останется неизменной. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. рублей (ПК-2)</p>		

Примечание. В каждом экзаменационном билете должны присутствовать вопросы, способствующих формированию у обучающегося всех компетенций по данной дисциплине.

Примерные задания теста

1. Выберите правильный вариант ответа

В матрице Бостон Консалтинг Групп положение "знаки вопроса" характеризуется:

- Высокими темпами роста рынка и высокой относительной долей бизнес-единицы на рынке
- Низкими темпами роста рынка и высокой относительной долей
- Высокими темпами роста рынка и низкой относительной долей
- Низкими темпами роста и низкой относительной долей

2. Выберите правильный вариант ответа

PEST-анализ предусматривает анализ факторов:

- ближнего окружения
- дальнего окружения
- внутренней среды компании

3. Выберите правильный вариант ответа

SWOT-анализ позволяет:

- оценить динамику роста рынков
- изучить предпочтения покупателей
- проанализировать дальнейшее и ближнее окружение компании
- установить логические связи между возможностями и угрозами рынка, сильными и слабыми сторонами компании
- провести анализ товарного портфеля

5. Выберите правильные варианты ответов

К стратегиям интенсивного роста относятся стратегии:

- горизонтальной интеграции
- сегментации
- глубокого проникновения на рынок
- развития рынков
- развития через товар

6. Выберите правильный вариант ответа

С помощью модели 5-ти сил Портера оценивают:

- дальнейшее окружение внешней среды компании
- ближнее окружение внешней среды компании
- внутренние возможности компании

7. Выберите правильный вариант ответа

Анализ внутренней среды компании позволяет:

- выявить проблемные области в деятельности компании
- определить ключевых конкурентов
- выяснить возможности в рыночной среде
- оценить риски изменения валютных курсов
- определить потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе

11. Выберите правильный вариант ответа

Результатом SWOT-анализа является:

- Матрица, состоящая из четырех полей
- График, демонстрирующий наши возможности в рыночной среде
- Выводы о наличии различных вариантов развития компании
- Перечень мероприятий по устранению внутренних недостатков в компании

12. Выберите правильные варианты ответов

Среди стратегий конкурентного преимущества М.Портера, стратегия доминирования по издержкам наиболее успешна, когда:

- ценовая конкуренция среди продавцов особенно сильна
- предлагаемый товар весьма специфичен и удовлетворяет потребности конкретного сегмента
- покупатель очень чувствителен к уровню цены

13. Филипп Котлер, исходя из принадлежащей компании абсолютной рыночной доли, выделяет четыре возможные типа конкурентных стратегий:

- стратегии лидера рынка;
- стратегии «бросающего вызов»;
- стратегия обороны;
- стратегия следования за лидером;
- стратегия занятия конкурентной ниши (специалиста).
- стратегия демаркетинга.

14. Выберите правильный вариант ответа

В матрице Бостон Консалтинг Групп положение "собаки (хромые утки)" характеризуется:

- Высокими темпами роста рынка и высокой относительной долей бизнес-единицы на рынке
- Высокими темпами роста рынка и низкой относительной долей
- Низкими темпами роста рынка и высокой относительной долей
- Низкими темпами роста и низкой относительной долей

15. Выберите правильные варианты ответа

В числе стратегий конкурентного преимущества М.Портера, стратегия дифференциации предполагает:

- Строгий контроль над издержками
- Выведение имеющихся товаров на новые рынки
- Концентрацию на удовлетворении потребностей одного сегмента
- Придание товару отличительных свойств, интересных для покупателей

16. Соотнесите критерии и признаки сегментирования потребительского рынка между собой:

Географический	Искомые выгоды
Демографический	Стиль жизни
Поведенческий	Регион проживания
Психографический	Возраст, пол, отношение к цене

Полный комплект тестовых заданий в корпоративной тестовой оболочке АСТ размещен на сервере УИТ ДВГУПС, а также на сайте Университета в разделе СДО ДВГУПС (образовательная среда в личном кабинете преподавателя).

Соответствие между бальной системой и системой оценивания по результатам тестирования устанавливается посредством следующей таблицы:

Объект оценки	Показатели оценивания результатов обучения	Оценка	Уровень результатов обучения
Обучающийся	60 баллов и менее	«Неудовлетворительно»	Низкий уровень
	74 – 61 баллов	«Удовлетворительно»	Пороговый уровень
	84 – 75 баллов	«Хорошо»	Повышенный уровень
	100 – 85 баллов	«Отлично»	Высокий уровень

4. Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета, курсового проектирования.

Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Соответствие ответов формулировкам вопросов (заданий)	Полное несоответствие по всем вопросам	Значительные погрешности	Незначительные погрешности	Полное соответствие
Структура, последовательность и логика ответа. Умение четко, понятно, грамотно и свободно излагать свои мысли	Полное несоответствие критерию.	Значительное несоответствие критерию	Незначительное несоответствие критерию	Соответствие критерию при ответе на все вопросы.
Знание нормативных, правовых документов и специальной литературы	Полное незнание нормативной и правовой базы и специальной литературы	Имеют место существенные упущения (незнание большей части из документов и специальной литературы по названию, содержанию и т.д.).	Имеют место несущественные упущения и незнание отдельных (единичных) работ из числа обязательной литературы.	Полное соответствие данному критерию ответов на все вопросы.
Умение увязывать теорию с практикой, в том числе в области профессиональной работы	Умение связать теорию с практикой работы не проявляется.	Умение связать вопросы теории и практики проявляется редко	Умение связать вопросы теории и практики в основном проявляется.	Полное соответствие данному критерию. Способность интегрировать знания и привлекать сведения из различных научных сфер

<p>Качество ответов на дополнительные вопросы</p>	<p>На все дополнительные вопросы преподавателя даны неверные ответы.</p>	<p>Ответы на большую часть дополнительных вопросов преподавателя даны неверно.</p>	<p>1. Даны неполные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. 2. Дан один неверный ответ на дополнительные вопросы преподавателя.</p>	<p>Даны верные ответы на все дополнительные вопросы преподавателя.</p>
---	--	--	---	--

Примечание: итоговая оценка формируется как средняя арифметическая результатов элементов оценивания.