

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:20:06

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d45d1e7e1e499659da8189ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярье: государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Стратегический маркетинг

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н., зав.каф.ЭМиОП, Н.А. Торгашова _____

Н.А.Торгашова

к.э.н., Доцент, Торгашова Наталья Александровна

_____ Торгашова Наталья Александровна

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Стратегический маркетинг для текущей/промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Стратегический маркетинг, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.4 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез маркетинговой информации для определения возможных стратегических изменений
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.5 Реализует свою роль и осуществляет взаимодействие внутри команды при разработке стратегических решений

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
7 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

Перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие и сущность маркетинга: нужда, потребность, спрос, запрос, рынок, функции, цели, задачи.
2. Понятийный аппарат финансового маркетинга
3. История развития финансового маркетинга в России и за рубежом
4. Концепции финансового маркетинга
5. Финансовый рынок: понятие, виды, функции
6. Макросреда финансового маркетинга
7. Микросреда финансового маркетинга
8. Понятие и виды маркетинговой информации
9. Инструментарий сбора информации

10. Понятие и виды маркетинговых исследований

11. Сегментирование финансового рынка: сущность, признаки.
12. Анализ маркетинговых возможностей фирмы
13. Понятие и методика SWOT-, PEST -, ABC - анализа финансового продукта/услуги.
14. Методы маркетингового стратегического анализа
15. Матрица БКГ: методика и принципы построения
16. Матрица Мак-Кинзи: методика и принципы построения
17. Матрица Ансоффа: методика и принципы построения
18. Матрица внешних приобретений: методика и принципы построения
19. ГЭП-анализ финансового продукта/услуги
20. Оценка конкурентоспособности финансового продукта/услуги
21. Жизненный цикл финансового продукта/услуги
22. ATL-, VTL - коммуникации в продвижении финансовых продуктов и услуг
23. PR в продвижении финансовых продуктов и услуг
24. SMM в продвижении финансовых продуктов и услуг
25. Особенности ценообразования на финансовые продукты и услуги
26. Категории и виды ценных бумаг.
27. Первичная классификация ценных бумаг.
28. Фондовые и коммерческие бумаги.
29. Вспомогательные ценные бумаги.
30. Понятие котировки ценных бумаг. Биржевая котировка.
31. Каналы и технология первичного размещения ценных бумаг.
32. Виды технологий размещения ценных бумаг

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Цель и задачи ФОС

Цель ФОС:

Оценка уровня освоения студентами теоретических знаний, практических навыков и компетенций по дисциплине "Стратегический маркетинг".

Задачи ФОС:

- Проверка понимания основных концепций стратегического маркетинга, включая анализ внешней и внутренней среды компании, разработку маркетинговых стратегий и их реализацию.
- Оценка способности применять теоретические знания для анализа реальных бизнес-ситуаций и разработки маркетинговых стратегий.
- Развитие навыков стратегического мышления, анализа данных, принятия решений и управления изменениями на основе маркетинговых подходов.

2. Перечень видов оценочных средств

2.1. Тестовые задания

Используются для проверки базовых теоретических знаний.

Примеры тестовых вопросов:

1. Что такое стратегический маркетинг?

- a) Процесс планирования и реализации долгосрочных маркетинговых целей (+)
- b) Краткосрочные рекламные кампании
- c) Анализ текущих продаж

2. Какой инструмент используется для анализа внешней среды компании?

a) SWOT-анализ

b) PEST-анализ (+)

c) Boston Consulting Group (BCG) Matrix

3. Какой этап НЕ входит в процесс разработки маркетинговой стратегии?

a) Анализ рынка

b) Разработка финансовой отчетности (+)

c) Определение целевой аудитории

4. Что такое USP (Unique Selling Proposition)?

a) Уникальное торговое предложение, выделяющее продукт на рынке (+)

b) Универсальная система ценообразования

c) Управление сбытом продукции

5. Какой метод используется для анализа конкурентоспособности продуктов компании?

a) Матрица БКГ (+)

b) 7P-модель

c) Модель пяти сил Портера

Критерии оценки:

- За каждый правильный ответ – 1 балл.

- Проходной балл – 70%.

2.2. Практические задания

Направлены на применение знаний в реальных ситуациях.

Примеры заданий:

1. Анализ внешней среды:

- Проведите PEST-анализ для компании, работающей в сфере электронной коммерции. Определите ключевые факторы, влияющие на ее деятельность.

2. Разработка стратегии позиционирования:

- Предложите стратегию позиционирования нового продукта (например, экологичного чая) на конкурентном рынке.

3. SWOT-анализ:

- Проведите SWOT-анализ для конкретной компании (например, производителя смартфонов) и предложите рекомендации по улучшению ее рыночной позиции.

Критерии оценки:

- Глубина анализа – до 5 баллов.

- Логичность и обоснованность решений – до 3 баллов.

- Практическая применимость – до 2 баллов.

2.3. Эссе

Оценивают глубину понимания сложных тем и способность выражать мысли в письменной форме.

Примеры тем:

1. "Роль цифровизации в формировании современных стратегий маркетинга."

2. "Эффективность использования модели пяти сил Портера в стратегическом маркетинге."

3. "Влияние глобализации на разработку международных маркетинговых стратегий."

Критерии оценки:

- Аргументированность и логичность изложения – до 5 баллов.

- Использование актуальных данных и примеров – до 3 баллов.

- Оригинальность подхода – до 2 баллов.

2.4. Презентации

Оценивают умение структурировать информацию и представлять её аудитории.

Примеры тем:

1. "Методология разработки маркетинговых стратегий: от анализа к реализации."
2. "Роль инноваций в стратегическом маркетинге."
3. "Матрица БКГ как инструмент анализа портфеля продуктов компании."

Критерии оценки:

- Структура и логика презентации – до 4 баллов.
- Качество визуального оформления – до 3 баллов.
- Убедительность и профессионализм при представлении – до 3 баллов.

2.5. Коллоквиум

Групповое обсуждение или устный опрос для проверки знаний по широкому спектру тем.

Примеры вопросов:

1. В чем заключается роль SWOT-анализа в стратегическом маркетинге?
2. Какие факторы учитываются при разработке стратегии выхода на новый рынок?
3. Объясните, как работает модель пяти сил Портера.

Критерии оценки:

- Полнота ответа – до 3 баллов.
- Правильность формулировок – до 2 баллов.
- Умение аргументировать свою точку зрения – до 2 баллов.

2.6. Проектная работа

Длительное задание, требующее глубокого исследования и практической реализации.

Пример проекта:

- Разработка комплексной маркетинговой стратегии для вывода нового продукта на рынок.

Критерии оценки:

- Целостность и завершенность проекта – до 5 баллов.
- Инновационность решений – до 3 баллов.
- Практическая применимость – до 2 баллов.

2.7. Исследовательская работа

Задания для проведения исследований и анализа данных.

Примеры заданий:

1. Провести анализ конкурентной среды в выбранной отрасли и предложить стратегические рекомендации для одной из компаний.
2. Проанализировать влияние цифровых технологий на маркетинговые стратегии в розничной торговле.

Критерии оценки:

- Методология исследования – до 4 баллов.
- Глубина анализа данных – до 4 баллов.
- Практические выводы – до 2 баллов.

2.8. Интерактивные задания

Игры, ролевые ситуации, групповые дискуссии для развития soft skills.

Пример задания:

- Ролевая игра: один участник играет роль маркетолога, другой – роль руководителя компании. Задача – разработать стратегию вывода нового продукта на

рынок.

Критерии оценки:

- Умение находить компромиссы – до 3 баллов.
- Навыки коммуникации – до 3 баллов.
- Профессионализм в решении задачи – до 4 баллов.

Тестирование, практическая работа (задачи),
итоговое тестирование