

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга



УТВЕРЖДАЮ
Директор

Харьковский Р.Г.

« 14 » 01.02.2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Стратегический маркетинг»
38.04.02 Менеджмент
«Маркетинг»

Разработчик:
доцент Антипова Ю.К.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры маркетинга
от 28 января 2025 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой Максимова Т.С.
(подпись)

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Стратегический маркетинг»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Процесс маркетингового стратегического управления предприятием не охватывает один из приведенных уровней:

- А) рыночный
- Б) корпоративный
- В) уровень стратегических хозяйственных областей (СХО)
- Г) уровень товара

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Выберите один правильный ответ.

Конкурентная стратегия, с помощью которой предприятие концентрирует свои усилия на создании такого рыночного предложения, которое бы отличалось от предложения конкурентов – это:

- А) стратегия диверсификации
- Б) стратегия концентрации
- В) стратегия дифференциации
- Г) стратегия ценового лидерства

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

3. Выберите один правильный ответ.

Успешно действующие на рынке предприятия, маркетинговым направлением которых является не завоевание рыночного первенства, а поддержка и защита своей рыночной доли, называются в трактовке Ф. Котлера:

- А) членджерами
- Б) последователями
- В) лидерами
- Г) нишерами

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

4. Выберите один правильный ответ.

Использование последователем отдельных элементов маркетинговой стратегии лидера, но с внесением определенных отличий в упаковку, товарную марку, рекламу, ценовую политику – это характеристика стратегии:

- А) компиляции
- Б) адаптации

В) имитации

Г) дифференциации

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

5. Выберите один правильный ответ.

Чтобы создать больше удобств для клиентов, руководство авторемонтной мастерской приняло решение открыть на своей территории кафе, тем самым применив стратегию:

А) продольной диверсификации

Б) горизонтальной диверсификации

В) вертикальной диверсификации

Г) верного ответа нет

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

6. Выберите один правильный ответ.

Какая стратегия предполагает защиту ключевых позиций предприятия и сохранение текущей доли рынка?

А) наступательная стратегия

Б) оборонительная стратегия

В) стратегия дифференциации

Г) стратегия рыночной ниши

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

7. Выберите один правильный ответ.

Что такое контроль стратегической маркетинговой деятельности предприятия?

А) процесс анализа эффективности выполнения тактического плана маркетинга

Б) процесс разработки стратегии выхода предприятия на новые рынки

В) процесс регулярного отслеживания и оценки реализации стратегических целей маркетинга для своевременной корректировки действий

Г) анализ конкурентоспособности продукции предприятия

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

8. Выберите один правильный ответ.

Какой из перечисленных ниже вариантов не является видом корпоративной маркетинговой стратегии роста?

А) интеграционный рост

Б) концентрический рост

В) диверсификационный рост

Г) интенсивный рост

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между стратегиями по матрице Ансоффа и соответствующими им характеристиками. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стратегии	Характеристика
1) Стратегия глубокого проникновения на рынок	A) Увеличение продаж существующих продуктов на существующих рынках
2) Стратегия диверсификации	Б) Вывод новых продуктов на существующие рынки
3) Стратегия развития рынка	В) Вывод существующих продуктов на новые рынки
4) Стратегия диверсификации	Г) Вывод новых продуктов на новые рынки

Правильный ответ:

1	2	3	4
А	Г	Б	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Установите соответствие между стратегиями и организационными уровнями управления согласно Пирамиде стратегий А. А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стратегии	Организационные уровни управления
1) Бизнес-стратегии	А) Ответственность руководителей функциональных единиц в рамках подразделений
2) Операционные стратегии	Б) Ответственность руководителей предприятий и линейного менеджмента
3) Функциональные стратегии	В) Ответственность корпоративного менеджмента
4) Корпоративные стратегии	Г) Ответственность руководителей подразделений

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	Б	А	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

3. Установите соответствие между базовыми конкурентными стратегиями по М. Портеру и их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стратегии	Содержание
1) Ценовое лидерство	А) Ориентация на широкую аудиторию

- | | |
|------------------------------------|--|
| 2) Дифференциация | потребителей с предложением уникальных товаров по высоким ценам |
| 3) Фокусирование на низкой цене | Б) Ориентация на широкую аудиторию потребителей с предложением стандартных товаров по низким ценам |
| 4) Фокусирование на дифференциации | В) Ориентация на узкую аудиторию потребителей с предложением уникальных товаров по высоким ценам |
| | Г) Ориентация на узкую аудиторию потребителей с предложением стандартных товаров по низким ценам |

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	А	Г	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

4. Установите соответствие между стратегическим положением предприятия на рынке и результатами его работы (долей на рынке и рентабельностью) по модели М. Портера (U - образный характер зависимости). Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | | | |
|---|----|--|
| Стратегическое положение | | Результаты работы предприятия на рынке |
| 1) Концентрация | A) | Низкая рентабельность при средней рыночной доле |
| 2) Болото | Б) | Высокая рентабельность при низкой рыночной доле |
| 3) Ценовое лидерство или дифференциация | В) | Высокая рентабельность при высокой рыночной доле |

Правильный ответ:

1	2	3
Б	А	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов процесса стратегического планирования. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) реализация стратегии
 - Б) оценка и контроль
 - В) постановка целей
 - Г) разработка миссии
 - Д) анализ внешней и внутренней среды
 - Е) выбор стратегии

Правильный ответ: Г, В, Д, Е, А, Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Установите правильную последовательность этапов процесса совершенствования качества логистических услуг. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) сегментация рынка и выбор целевых сегментов (исследование потребителей)
 - Б) анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности компании,
 - В) постановка целей маркетинговой стратегии
 - Г) разработка позиционирования
 - Д) предварительная экономическая оценка стратегии и инструменты контроля
 - Е) анализ стратегических альтернатив и выбор маркетинговой стратегии
 - Ж) исследование состояния рынка
- 3) оценка текущего состояния

Правильный ответ: Ж, 3, Б, В, А, Е, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это механизм разработки и реализации маркетинговых стратегий предприятия для достижения его стратегических целей.

Правильный ответ: стратегический маркетинг

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это определение долгосрочных приоритетных направлений маркетинговой деятельности предприятия с целью достижения устойчивого конкурентного преимущества на рынке, повышения продаж и завоевания лояльности потребителей.

Правильный ответ: маркетинговая стратегия

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это разновидность маркетинговых стратегий предприятия, направленных на развитие предприятия путем увеличение доли рынка, расширения ассортимента продукции, выхода на новые рынки и других активных маркетинговых действий.

Правильный ответ: маркетинговая стратегия роста

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это разновидность предприятий в соответствии с их рыночными конкурентными позициями, которые успешно действуют на рынке и их маркетинговым направлением является не завоевание рыночного первенства, а поддержка и защита своей рыночной доли (согласно трактовки Ф. Котлера).

Правильный ответ: последователи

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это разновидность предприятий в соответствии с их рыночными конкурентными позициями, которые обслуживаются небольшие сегменты рынка, оставшиеся без внимания крупных предприятий (согласно трактовки Ф. Котлера).

Правильный ответ: нишеры

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

6. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это стратегический подход, при котором предприятие вкладывает свои ресурсы в различные активы с целью уменьшения рисков и обеспечения стабильности.

Правильный ответ: стратегия диверсификации

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Напишите пропущенное слово.

Процесс, диаметрально противоположный процессу рыночной сегментации – это _____.

Правильный ответ: рыночное агрегирование

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Напишите пропущенное слово.

Отсутствие рыночного риска – это преимущество выбора конкурентной стратегии по классификации Ф. Котлера: _____.

Правильный ответ: стратегии последователя

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

3. Напишите пропущенное слово.

Наступательную стратегию чаще всего выбирают предприятия, которые являются в конкурентной борьбе _____.

Правильный ответ: челленджерами

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите основные критерии формирования маркетинговых целей в соответствии с методологией SMART.

Время выполнения – 7 мин.

Ожидаемый результат: конкретные (Specific), измеримые (Measurable), достижимые (Achievable), актуальные (Relevant) и ограниченные по времени (Time-bound)

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех критериев, указание английского варианта названия критериев необязательно

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Напишите основную цель стратегического маркетинга.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: разработка маркетинговых стратегий для достижения целей предприятия с учетом рыночных требований и возможностей предприятия

Критерии оценивания: наличие в ответе указания на разработку маркетинговых стратегий для достижения целей предприятия

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите четыре основных элемента, которые должна содержать миссия предприятия.

Время выполнения – 7 мин.

Ожидаемый результат: 1) конкретный вид потребностей; 2) определенный вид товара; 3) определенная аудитория потребителей; 4) определенное конкурентное преимущество

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трёх элементов

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

4. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите основные составляющие SWOT-анализа.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: сильные стороны предприятия (Strengths), слабые стороны предприятия (Weaknesses), возможности рынка (Opportunities), угрозы рынка (Threats)

Критерии оценивания: наличие в ответе всех четырех составляющих анализа, указание английского варианта названия составляющих необязательно

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

5. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите основные составляющие STP-маркетинга и кратко раскройте их содержание.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: Сегментация (Segmenting) - процесс разделения рынка на группы, Таргетинг (Targeting) - выбор целевых сегментов, Позиционирование (Positioning) - определение места товара в каждом целевом сегменте рынка

Критерии оценивания: наличие в ответе всех трех составляющих и их характеристики, указание английского варианта названия составляющих необязательно

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Стратегический маркетинг» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.04.02 Менеджмент.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы



Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)