

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

Наименование структурного подразделения Экономический институт  
Кафедра «Торговое дело»  
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ

Директор \_\_\_\_\_

« 28 » \_\_\_\_\_



Тхор

2025 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине**

**«Стратегическое управление коммерческой деятельностью»**

(наименование учебной дисциплины)

38.04.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

«Коммерческая деятельность»

(наименование магистерской программы)

Разработчик (разработчики):

д-р экон. наук, проф.

(должность)

К.Э.Н. доц.

(должность)

(подпись)

(подпись)

К.А. Болдырев

О.С. Васильева

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры «Торговое дело»  
(наименование кафедры)

от « 25 » февраля 2025 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

(подпись)

К.А. Болдырев

(ФИО)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине  
«Стратегическое управление коммерческой деятельностью»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*Выберите один правильный ответ.*

1. Что такое стратегия торгового предприятия?

- А) Планирование и управление персоналом
- Б) Долгосрочное планирование и управление деятельностью предприятия
- В) Финансовый анализ
- Г) Маркетинговые исследования

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

2. Какие основные элементы включает в себя стратегия торгового предприятия?

- А) Анализ рынка и конкурентов
- Б) Определение целевой аудитории
- В) Разработка маркетингового плана
- Г) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

Что такое SWOT-анализ?

- А) Анализ финансовых показателей
- Б) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
- В) Анализ рынка и конкурентов
- Г) Анализ потребительского поведения

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

**Задания закрытого типа на установление соответствия**

*Установите правильное соответствие.*

*Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

1. Установите правильное соответствие между понятиями и их определениями:

Понятие	Определение понятия
1) SWOT-анализ	А) Преимущество, которое позволяет компании выделяться на рынке и привлекать больше клиентов
2) Конкурентное преимущество	Б) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
3) Целевая аудитория	В) Группа потребителей, на которую направлены маркетинговые усилия компании
4) Маркетинговый план	Г) Документ, описывающий маркетинговые стратегии и тактики

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	А	В	Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

2. Установите правильное соответствие между этапами стратегического планирования и их описаниями:

Этапы планирования	Описание этапа
1) Анализ внешней среды	А) Проведение SWOT-анализа для выявления возможностей и угроз
2) Определение миссии и целей	Б) Установление долгосрочных целей и задач предприятия
3) Формулирование стратегии	В) Определение конкретных действий и проектов для достижения целей
Реализация стратегии	Г) Разработка планов и программ для выполнения стратегии

Правильный ответ:

1	2	3	4
А	Б	Г	В

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

3. Установите правильное соответствие между типами стратегий и их примерами

Типы стратегий	Пример стратегии
1) Стратегия роста	А) Поддержание текущего уровня производства и продаж
2) Стратегия диверсификации	Б) Введение новых продуктовых линий и выход на новые рынки
3) Стратегия сокращения	В) Уменьшение производственных затрат и закрытие нерентабельных подразделений
4) Стратегия стабилизации	Г) Открытие новых филиалов и расширение географии продаж

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	Б	В	А

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### **Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*Установите правильную последовательность.*

*Запишите правильную последовательность букв слева направо.*

1. Установите правильную последовательность этапов стратегического планирования:

- А) Анализ внешней среды
- Б) Определение миссии и целей
- В) Формулирование стратегии
- Г) Реализация стратегии

Правильный ответ: Б, А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

2. Установите правильную последовательность этапов разработки бизнес-плана:

- А) Анализ рынка
- Б) Определение целей
- В) Разработка стратегии
- Г) Оценка рисков

Правильный ответ: Б, А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

3. Установите правильную последовательность этапов маркетингового исследования:

- А) Сбор данных
- Б) Определение проблемы
- В) Разработка рекомендаций
- Г) Анализ данных

Правильный ответ: Б, А, Г, В

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### **Задания открытого типа**

**Задания открытого типа на дополнение**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

1. Основной целью стратегии торгового предприятия является \_\_\_\_\_  
Правильный ответ: увеличение доли рынка  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

2. Для достижения конкурентных преимуществ необходимо \_\_\_\_\_  
Правильный ответ: анализировать потребности клиентов  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

3. Важным аспектом стратегии предприятия является \_\_\_\_\_  
Правильный ответ: выбор каналов распределения  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

1. Эффективная стратегия торгового предприятия включает в себя \_\_\_\_\_  
Правильный ответ: сокращение расходов / сокращение издержек / более рациональное использование ресурсов.  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

2. В процессе разработки стратегии предприятия необходимо учитывать \_\_\_\_\_  
Правильный ответ: конкурентный анализ / анализ рынка / стратегический анализ.  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

3. Стратегия должна быть адаптирована к \_\_\_\_\_.  
Правильный ответ: изменениям в рыночной среде / рыночным условиям  
Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### **Задания открытого типа с развёрнутым ответом**

1. Практическая задача  
Условие задачи. Компания планирует расширение на новый рынок.  
Необходимо разработать стратегию роста, учитывая следующие данные:  
Текущая рыночная доля: 10%  
Целевая рыночная доля: 20%  
Время достижения цели: 3 года  
Вопрос к задаче. Какая стратегия более выгодна.  
Время выполнения – 15 минут.  
Ожидаемый результат:  
– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Определим текущий объем рынка:

Объем рынка = Текущая рыночная доля / 100

Объем рынка =  $10 / 100 = 0,1$  (в относительных единицах)

Определим целевой объем рынка:

Целевой объем рынка = Целевая рыночная доля / 100

Целевой объем рынка =  $20 / 100 = 0,2$  (в относительных единицах)

Рассчитаем необходимый прирост рыночной доли:

Прирост рыночной доли = Целевой объем рынка - Текущий объем рынка

Прирост рыночной доли =  $0,2 - 0,1 = 0,1$  (в относительных единицах)

Определим ежегодный прирост рыночной доли:

Ежегодный прирост = Прирост рыночной доли / Время достижения цели

Ежегодный прирост =  $0,1 / 3 = 0,033$  (в относительных единицах)

Обоснование ответа.

Для достижения целевой рыночной доли в 20% за 3 года компания должна ежегодно увеличивать свою рыночную долю на 3,3%.

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

## 2. Практическая задача.

Условие задачи.

Компания хочет оценить свою конкурентоспособность на рынке. Необходимо провести SWOT-анализ, учитывая следующие данные:

Сильные стороны: высокая качество продукции, лояльные клиенты

Слабые стороны: высокая себестоимость, ограниченные финансовые ресурсы

Возможности: рост спроса на продукцию, выход на новые рынки

Угрозы: усиление конкуренции, экономическая нестабильность

Вопрос к задаче. Провести SWOT-анализ

Время выполнения – 15 минут.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Составим SWOT-матрицу:

Сильные стороны: высокая качество продукции, лояльные клиенты

Слабые стороны: высокая себестоимость, ограниченные финансовые ресурсы

Возможности: рост спроса на продукцию, выход на новые рынки

Угрозы: усиление конкуренции, экономическая нестабильность

Проанализируем результаты:

Используем сильные стороны для реализации возможностей (например, высокое качество продукции для выхода на новые рынки).

Разработаем стратегии для преодоления слабых сторон и угроз (например, снижение себестоимости для повышения конкурентоспособности).

Обоснование ответа. SWOT-анализ позволяет компании определить свои сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, что помогает разработать эффективные стратегии для повышения конкурентоспособности.

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### 3. Практическая задача.

Условие задачи.

Компания планирует запустить новую рекламную кампанию. Необходимо разработать маркетинговую стратегию, учитывая следующие данные: Целевая аудитория: молодые люди в возрасте 18-30 лет. Бюджет на рекламу: 1 000 000 рублей. Цель кампании: увеличение продаж на 15%.

Вопрос к задаче. Разработать маркетинговую стратегию.

Время выполнения – 15 минут.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

– правильность ответа;

– обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Определим каналы продвижения: социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники), онлайн-реклама (Яндекс.Директ), видеореклама (Rutube). Распределим бюджет: социальные сети: 500 000 рублей, онлайн-реклама: 300 000 рублей, видеореклама: 200 000 рублей. Разработаем контент для рекламы: создадим яркие и запоминающиеся рекламные ролики, проведем конкурсы и акции для привлечения внимания целевой аудитории, оценим эффективность кампании. Отслеживаем показатели продаж и анализируем результаты, вносим корректировки в стратегию при необходимости.

Обоснование ответа. Разработанная маркетинговая стратегия поможет компании эффективно использовать бюджет на рекламу и достичь цели увеличения продаж на 15%.

Компетенции (индикаторы): ОПК-2 (ОПК-2)

### 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)



## Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Стратегическое управление коммерческой деятельностью» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

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

Виды оценочных средств, включённые 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.

Председатель учебно-методической комиссии  
Экономического института



Е.Н. Шаповалова