

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 С. Тхор

« 28 » февраля

2025 года



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

«Стратегический менеджмент торгового предприятия»

(наименование учебной дисциплины)

38.04.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

«Международная торговля и электронная коммерция»

(наименование магистерской программы)

Разработчик (разработчики):

д-р экон. наук, проф.

(должность)

К.Э.Н. ДОЦ.

(должность)

(подпись)

К.А. Болдырев

(подпись)

О.С. Васильева

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

от «25» февраля 2025 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой К.А. Болдырев
(подпись) (ФИО)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Стратегический менеджмент торгового предприятия»**

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)

3. 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
4) 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)

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)

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. Разработать стратегию роста.

Время выполнения – 20 мин.

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: $\text{объем рынка} = \text{Текущая рыночная доля} / 100$; $\text{объем рынка} = 10 / 100 = 0,1$ (в относительных единицах); определим целевой объем рынка: $\text{целевой объем рынка} = \text{целевая рыночная доля} / 100$

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

Рассчитаем необходимый прирост рыночной доли: $\text{Прирост рыночной доли} = \text{Целевой объем рынка} - \text{Текущий объем рынка}$

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

Определим ежегодный прирост рыночной доли: $\text{Ежегодный прирост} = \text{Прирост рыночной доли} / \text{Время достижения цели}$

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 – 20 мин.

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 – 20 мин.

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 «Стратегический менеджмент торгового предприятия» 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