



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Стратегический маркетинг и планирование в сфере креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования	-принципы целеполагания при организации маркетингового исследования; -базовые принципы планирования маркетинговой деятельности организации;	-проводить исследования актуальных проблем бизнеса, в том числе с применением маркетинговых инструментов; -собирать и обрабатывать обратную связь от различных групп потребителей;	-исследования и подготовки стратегического плана маркетингового исследования; -решения типовых задач профессиональной деятельности;
	ИПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	- содержание процесса маркетинговых исследований и методов сбора информации и уметь применять их к изучению внешних рынков	-формулировать техническое задание для подрядчиков по подготовке и проведению маркетинговых исследований.	-аналитической работы и бизнес-планирования;
	ИПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг	-международные источники информации по стратегическому планированию маркетинговых исследований.		-выстраивания эффективных коммуникаций внутри группы.
	ИПК - 1.4. Осуществляет подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования			

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Групповые презентации

- **Дискуссии в группе**

На каждом занятии студентам предлагается обсудить изученный материал в группе по предложенным вопросам на основании подготовленных ими мини-докладов / высказываний / суждений в формате дискуссии. Выступление каждого студента по вопросу должно быть содержательным, аргументированным, опираться на материалы лекции и рекомендованной литературы. Приветствуется использование дополнительных источников. На одно высказывание отводится не более 7 минут.

Примерные темы для дискуссий:

1. Роль Стратегического маркетинга на предприятии
2. Разработка этапов и их тестирование
3. Формирование инструментов и форм моделей стратегии
4. Процесс принятия решений и факторы, влияющие на него
5. Практические аспекты реализации стратегии: структура, системы, культура и изменения
6. Разработка уникального торгового предложения территории
7. Роль динамики и необходимые действия маркетолога
8. Формирование системы управления Стратегическим маркетингом
9. Стратегические парадоксы и динамика стратегии
10. Управление стратегическими изменениями. Сопротивление изменениям

Групповые презентации:

Студентам необходимо разделиться на небольшие группы - 3-5 человек и подготовить презентацию - слайды и доклад про проведенное ими мини-исследование и разработанное проектное решение. Примеры заданий:

1. Подготовьте план запуска нового продукта на рынок РФ. Вы можете придумать продукт сами или взять в качестве образца любой знакомый Вам продукт. План обязательно должен содержать следующие пункты: РТР, презентация продукта клиенту, календарный план запуска, операционный план технических мероприятий, предполагаемая упаковка данного продукта и информация для потребителя, прибыльность проекта, доказанная с помощью индекса периода окупаемости капитала (цифры указываются приблизительные, главное показать, когда проект принесет прибыль).

2. Вы являетесь руководителями подразделения дистрибьюторской компании (или какого-то магазина) или производителем. Перед вами стоит задача сформировать портфель брендов (однородной продукции) в соответствии с потребностями ваших потребителей. Вам необходимо просегментировать рынок, построить сегментационную матрицу, подробно описать потребности (критерии составляются в зависимости от того, как вы сформируете потребности).

Критерии оценки доклада и презентации

№	Критерии	Оценка	%
---	----------	--------	---

1	Структура	– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 15-минутного выступления рекомендуется использовать не более 20 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами	до 20
2	Наглядность	– иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	до 20
3	Дизайн и настройка	– оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	до 10
4	Содержание	– презентация отражает основные результаты работы – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность	до 30
5	Требования к выступлению	– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – выступающий точно укладывается в рамки регламента (10+15 минут)	до 20
Всего			100%

Критерии выставления оценок за участие в дискуссиях:

20-18 баллов	выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, выделяет проблему в дискуссии, четко аргументирует свой ответ
17-10 баллов	выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, четко выделяет проблему в дискуссии. Знает теоретические основы обсуждаемой проблемы. Но допускает незначительные ошибки при определении понятий. Ошибки при обозначении достоинств и недостатков в определении «проблемного поля».
9-5 баллов	выставляется студенту, если он недостаточно активен в дискуссии, допускает неточности при анализе теоретических основ проблемы, допускает ошибки при описании теорий управления, затрудняется при изложении достоинств и недостатков «проблемного поля».
4-0 баллов	выставляется студенту, который пассивен в дискуссии, допускает существенные ошибки, полностью игнорирует задание.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме экзамена.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации предусматривается:

- Тестирование.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Дочерняя компания, подразделение компании или даже самостоятельная продуктовая линейка достаточно крупные, чтобы иметь собственную стратегию (цели и задачи, отличные от материнской компании или компании в целом), это...

- а) Стратегическая бизнес-единица
- б) Функциональная бизнес-единица
- в) Бизнес-единица фирмы (компания)

2. Признаки компании, ориентированной на стратегию производства:

- а) Акцент на характеристиках и качестве продукта
- б) Узкий ассортимент
- в) Широкий ассортимент

3. Джон Николлс предложил эту матрицу как альтернативу традиционным методам разработки стратегии компании. Матрица позволяет определить, какие проекты/продукты/бизнес-единицы в наибольшей степени способствуют реализации миссии и ключевых компетенций компании, чтобы ограниченные ресурсы были перераспределены на них в первую очередь.

- а) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- б) SWOT-анализ
- в) PEST-анализ (STEP)
- г) SNW-анализ
- д) Матрица GE/McKinsey
- е) Матрица МСС

4. Выберите стратегию, отличием которой является конкуренция в узком сегменте рынка

- а) Стратегия минимизации издержек
- б) Стратегия дифференциации

5. Выберите известную стратегию

- а) Стратегия голубого океана (В. Чан Ким, Р. Моборн)
- б) Стратегия синего моря (Дугласа Р.)
- в) Стратегия зеленого мыса (Роджерс, Медерн Р.)
- г) Стратегия серого рифа (Клод В.)

6. Общий, недетализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, являющейся неопределённой и главной для управленца на данный момент, в дальнейшем корректируемой под изменившиеся условия существования управленца, это...

- a) Тактика
- b) Стратегия
- c) Бизнес-идея
- d) Бизнес-план
- e) Маркетинговый план

7. Инструмент реализации стратегии, это...

- a) Задача
- b) Тактика
- c) Бизнес-идея
- d) Бизнес-план
- e) Маркетинговый план

8. Процесс планирования и реализации различных маркетинговых мероприятий, которые подчинены достижению поставленных перед компанией (фирмой, организацией, бизнесструктурой) целей, это...

- a) Маркетинговая стратегия
- b) Бизнес-стратегия
- c) Функциональная стратегия

9. Инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге. Создана Брюсом Д. Хендерсоном для анализа актуальности продуктов компании, исходя из их положения на рынке относительно роста рынка данной продукции и занимаемой выбранной для анализа компанией доли на рынке. В его основу заложены две концепции: жизненного цикла товара (вертикальная ось) и эффекта масштаба производства или кривой обучения (горизонтальная ось), это...

- a) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- b) SWOT-анализ
- c) PEST-анализ (STEP)
- d) SNW-анализ

10. Метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории, это...

- a) Матрица БКГ (англ. Boston Consulting Group, BCG)
- b) SWOT-анализ
- c) PEST-анализ (STEP)
- d) SNW-анализ

Критерии оценки

40-36 баллов	Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста.
35-30 баллов	Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста.
29-21 баллов	Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста.
20-0 баллов	Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста.

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Дискуссия в группе	20
Групповые презентации	40
Итого текущий контроль:	60
Промежуточная аттестация:	40
Итого по всем формам контроля:	100

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении экзамена)

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	80–100	A
«Хорошо»	70–79	B
	60–69	C
«Удовлетворительно»	50–59	D
	40–49	E
«Неудовлетворительно»	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценки	Определение
80–100	A	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания

		или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	<i>B</i>	«Очень хорошо» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	<i>C</i>	«Хорошо» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками .
50–59	<i>D</i>	«Удовлетворительно» — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне .
40–49	<i>E</i>	«Посредственно» — теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне , некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу , предложенные решения или исполнение содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне .
80–100	<i>A</i>	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.