

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра экономики и бухгалтерского учета

Согласовано
на научно-методическом совете
экономического факультета
«27» мая 2024 г.

Утверждено
решением кафедры
экономики и бухгалтерского учета
«24» мая 2024 г.
протокол № 10

Рабочая программа дисциплины

Рыночные стратегии предприятия

Направление подготовки **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) программы **Менеджмент в АПК**

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2024

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Рабочая программа дисциплины разработана доцентом кафедры экономики и бухгалтерского учета к.э.н. Тимофеевой А.Л.

Рецензент:
к.э.н. доцент кафедры управления производством
ФГБОУ ВО Смоленской ГСХА Миронкина А.Ю.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций
1.1. Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)
Общепрофессиональная компетенция	
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ИД-4.ОПК-4 Определяет экономическую стратегию развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей

1.2 . Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
Общепрофессиональная компетенция ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	
ИД-4.ОПК-4 Определяет экономическую стратегию развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Знать (З): <ul style="list-style-type: none"> – современный аналитический инструментарий поддержки принятия стратегических решений; – применимость и ограничения в использовании различных инструментов и методик анализа выявления и оценки новых рыночных возможностей; – моделирование и технологии стратегического планирования и управления; – сущность стратегических процессов в предприятии.
	Уметь (У): <ul style="list-style-type: none"> – эффективно применять современный аналитический инструментарий; – идентифицировать и организовывать эффективное использование доступных ресурсов и информации; – выявлять граничные условия применения стратегических и экономических решений; – осуществлять анализ внешней и внутренней среды предприятия; – формулировать обоснованные экономические стратегии по результатам стратегического анализа с учетом рыночной конъюнктуры.
	Владеть (В): <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации работы по подготовке стратегических изменений; – приемами сбора, селекции, обобщения и преобразования необходимой для

	стратегического анализа информации; – способами выявления и оценки новых рыночных возможностей предприятия; – методами применения результаты анализа для выработки стратегических рекомендаций развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры.
--	--

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Рыночные стратегии предприятия» относится к обязательной части ОПОП.

Цель: формирование общепрофессиональной компетенции, теоретических знаний и практических навыков формирования рыночных стратегий предприятия.

Задачи:

- разработка стратегии поведения экономических агентов на различных рынках;
- разработка экономической стратегии развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры;
- поиск и разработка конкурентных преимуществ и источников стратегических позиций предприятия, выявление и оценка новых рыночных возможностей;
- разработка стратегии предприятия на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях управления.

3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	2 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	24
в т.ч. занятия лекционного типа	8
занятия семинарского типа	16
Самостоятельная работа обучающихся, часов	82
Контроль	2
Вид промежуточной аттестации	зачет

3.2 Заочная форма обучения

Вид учебной работы	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	4
в т.ч. занятия лекционного типа	2
занятия семинарского типа	2
Самостоятельная работа обучающихся, часов	100
Контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачет

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код ИДК
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятия	61	13	48	тест	ИД-4.ОПК-4
Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	15	3	12		
Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	16	4	12		
Тема 3. Анализ внутренней среды предприятия	15	3	12		
Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	15	3	12		
Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятии	45	11	34	тест	
Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	15	3	12		
Тема 2. Стратегическое позиционирование	15	5	10		
Тема 3. Реализация стратегии	15	3	12		
Контроль	2				
ИТОГО по дисциплине	108	24	82		

Наименование тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код ИДК
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	самостоятель ной работы		
Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятия	58	2	56	тест	ИД-1.ПК-5
Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	15	1	14		
Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	14		14		
Тема 3. Анализ внутренней среды предприятия	15	1	14		
Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	14		14		
Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятии	46	2	44	тест	
Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	15		15		
Тема 2. Стратегическое позиционирование	16	1	15		
Тема 3. Реализация стратегии	15	1	14		
Контроль	4				
ИТОГО по дисциплине	108	4	100		

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятия.

Цель - сформировать у студентов компетенции, способствующие комплексному целостному подходу к решению проблем стратегического рыночного анализа предприятия.

Задачи – овладение методиками обоснования и выбором экономической стратегии предприятия, определение степени риска, выбор партнера и определение степени ответственности за принятые обязательства.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента

Разработка стратегии бизнеса. Понятие бизнес-единицы. Функциональные стратегии и программы. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках. Стратегические направления: качество, ценность, фокус, инновационность, глобальность, атрибут товара, дизайн товара, широту товарного ассортимента, корпоративную социальную ответственность, осведомленность о торговой марке и близость к покупателю. Стратегическое рыночное управление: бюджетирование, долгосрочное и стратегическое планирования.

Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения

Идентификация и выбор стратегии. Внутренний анализ: оценка результатов деятельности и изучение сильных и слабых сторон предприятия. Товарно-рыночные стратегии. Выбор стратегических вариантов. Внедрение стратегии на практике. Внешний анализ: изучение покупателей, конкурентов, рынков и среды.

Тема 3. Анализ внутренней среды предприятия

Анализ результатов деятельности предприятия: показатели объема продаж и прибыльности. Определение текущей рыночной жизнеспособности товарной линии. Анализ товарного портфеля. Организационные способности и ограничения. Финансовые ресурсы и ограничения.

Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия

Анализ покупателей. Сегментирование рынка и покупателей: искомые выгоды, лояльность и предназначение. Анализ мотивации покупателей: активы и навыки необходимы фирме для успешной конкуренции. Анализ конкурентов. Определение возможностей, тенденций и стратегических неопределенностей. Улучшение качества стратегических решений. Неудовлетворенные потребности: прогнозирование развития технологий, идентификации и опросов ведущих пользователей, а также систематическое творческое мышление.

Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятии

Цель – формирования представления о правильном выборе стратегических преимуществ на конкретном предприятии при выходе на рынок, ориентируясь на качество товаров и позиционирование.

Задачи – овладение методиками интерпретации результатов стратегического управления в рамках управления компанией; научиться оценивать новые рыночные возможности, формировать и реализовывать бизнес-идеи на предприятии.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества.

Выбор бизнес-модели ведения бизнеса. Устойчивое конкурентное преимущество. Синергизм и деловые способности компании. Концепция синергизма. Начальный и операционный синергизм. Стратегическое мышление. Ориентация на качество. Создание сильных брендов. Оптимизация затрат. Симметрия и совместные эффекты. Разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.

Тема 2. Стратегическое позиционирование

Стратегическое позиционирование. Стратегическая позиция - развитию стратегических альтернатив, культуры и ценностей организации, а также создание и проведение коммуникативных программ. Стратегические направления. Разработка и выбор стратегической позиции. Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов. Рост на сокращающихся рынках. Стратегия выхода на новый

рынок.

Изучение товарной категории: свойства товара, широта предложения, впечатление от покупки или использования, нематериальные характеристики предприятия, эмоциональные выгоды и выгоды самовыражения, впечатление, современность, индивидуальность торговой марки и отличие от конкурентов.

Тема 3.Реализация стратегии

Организационные вопросы стратегического планирования, централизация и децентрализация. Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция. Диверсификация. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках. Глобальные стратегии.

4.3 Тематический план по очной форме обучения

Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятия

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа - лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	1.Стратегия бизнеса. 2.Понятие бизнес-единицы. 3.Функциональные стратегии и программы 4. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках.	1
2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	1.Идентификация и выбор стратегии 2.Товарно-рыночные стратегии 3.Выбор стратегических вариантов 4.Внедрение стратегии на практике	2
3. Анализ внутренней среды предприятия	1.Анализ результатов деятельности 2.Анализ товарного портфеля 3.Организационные способности и ограничения 4.Финансовые ресурсы и ограничения	1
4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	1.Анализ покупателей 2.Анализ конкурентов 3.Анализ других элементов внешней среды	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	Групповая дискуссия*	2
2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	Анализ ситуаций*	2
3. Анализ внутренней среды предприятия	Групповая дискуссия*	2

4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	Анализ ситуаций*	2
---	------------------	---

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств – 8 часов.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	12	тест
2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	12	
3. Анализ внутренней среды предприятия	12	
4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	12	

Раздел 2 . Разработка стратегии бизнеса на предприятии

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа - лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	1. Устойчивое конкурентное преимущество 2. Стратегическое мышление 3. Ориентация на качество 4. Создание сильных брендов 4. Оптимизация затрат 5. Стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	1
2. Стратегическое позиционирование	1. Стратегическое позиционирование 2. Стратегические направления 3. Разработка и выбор стратегической позиции 4. Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов 5. Рост на сокращающихся рынках 6. Стратегия выхода на новый рынок	1
3. Реализация стратегии	1. Организационные вопросы стратегического планирования, централизация и децентрализация 2. Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция 3. Диверсификация 4. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках 5. Глобальные стратегии	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	Групповая дискуссия*	2
2. Стратегическое позиционирование	Групповая дискуссия*	4
3. Реализация стратегии	Групповая дискуссия*	2

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств – 8 часов.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	12	тест
2. Стратегическое позиционирование	10	
3. Реализация стратегии	12	

4.5 Тематический план по заочной форме обучения

Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятия

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа - лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	1. Стратегия бизнеса. 2. Понятие бизнес-единицы. 3. Функциональные стратегии и программы 4. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках.	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
3. Анализ внутренней среды предприятия	Групповая дискуссия*	1

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств – 1 час.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	14	тест
2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	14	

3. Анализ внутренней среды предприятия	14	
4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятия	14	

Раздел 2 . Разработка стратегии бизнеса на предприятии

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа - лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
2. Стратегическое позиционирование	1. Стратегическое позиционирование 2. Стратегические направления 3. Разработка и выбор стратегической позиции 4. Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов 5. Рост на сокращающихся рынках 6. Стратегия выхода на новый рынок	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
3. Реализация стратегии	Групповая дискуссия*	1

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств – 1 час.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	15	тест
2. Стратегическое позиционирование	15	
3. Реализация стратегии	14	

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами учебных занятий по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия» и организационными формами обучения являются: лекция, занятия семинарского типа, консультация, самостоятельная работа обучающегося.

Лекция является одним из важнейших видов учебных занятий и составляет основу теоретической подготовки обучающихся. Ее цель - дать систематизированные основы научных знаний по учебной дисциплине (модулю), акцентировав внимание на наиболее сложных и узловых вопросах темы. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность студентов, способствовать формированию их творческого мышления. Для чтения отдельных лекций могут приглашаться ведущие ученые из других образовательных, научных учреждений, специалисты из учреждений.

Занятия семинарского типа – вид учебного занятия, на котором обучающиеся под руководством преподавателя выполняют определенные соответственно сформулированные задачи с целью усвоения научно-теоретических положений учебной

дисциплины (модуля), приобретения умений и навыков их практического применения, опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы, в том числе с применением технических средств.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме тренировок, решений практических задач, компьютерных практикумов, групповых проектов, мастер-классов, деловых и ролевых игр и т. п.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях или в учебных лабораториях, оснащенных необходимыми техническими средствами обучения, вычислительной техникой.

Консультация – вид учебного занятия, на котором обучающийся получает от преподавателя ответы на конкретные вопросы или объяснения отдельных теоретических положений и их практического использования. Консультации проводятся регулярно и носят как индивидуальный, так и групповой характер. Основная задача группового консультирования – подробное либо углубленное рассмотрение вопросов теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части обучающихся. По желанию обучающихся возможно вынесение на обсуждение дополнительных вопросов, вызывающих у них особый интерес, которые не получили достаточного освещения в лекционном курсе.

Изучение отдельных тем дисциплины внеаудиторно является одним из видов самостоятельной работы и рекомендуется для студентов заочного обучения.

Студенты очного обучения изучают темы по указанию преподавателя, либо по собственной инициативе в случаях допущенных ими необоснованных пропусков занятий или в целях более углубленной проработки определённых тем, вызывающих научно-исследовательский интерес обучающегося.

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся подразделяется на текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме, предусмотренной тематическим планом.

Промежуточная аттестация успеваемости и качества подготовки обучающихся предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета.

Обучающиеся готовятся к промежуточной аттестации самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы.

6. Оценочные материалы по дисциплине.

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств в приложении А к рабочей программе дисциплины.

7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1 Электронные образовательные ресурсы (ЭОР)

Учебно-методическое обеспечение по дисциплине:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц	Ссылка на ЭОР в ЭБС Академии
1.	Трофименкова Е.В. Рыночные стратегии предприятия: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент/ А.Л. Тимофеева. Смоленск: ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2019. 46 с.	https://sgsha.ru/sgsha/biblioteka/rynochnye_strategii_predpriyatiy_apk_metod_rekomendatsii.pdf

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
	Данилкина, Ю. В. Стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие / Ю. В. Данилкина, А. О. Яковлева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 82 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	https://e.lanbook.com/book/176558
1.	Кораблев, А. И. Современный стратегический анализ : учебное пособие / А. И. Кораблев, И. Н. Иготти. — Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2015. — 48 с. — ISBN 978-5-9239-0768-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	https://e.lanbook.com/book/68443
2.	Лужнова, Н. В. Стратегический маркетинг : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева, М. С. Мантрова. — Оренбург : ОГУ, 2015. — 246 с. — ISBN 978-5-7410-1395-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	https://e.lanbook.com/book/98126

7.2 Современные профессиональные базы данных

«Гарант-аналитик» <http://www.garant.ru>

«КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

7.3 Информационные справочные системы

Информационные системы Минсельхоза России <https://mcx.gov.ru/>

Информационная система Минэкономразвития России <https://www.economy.gov.ru/>

Федеральная служба государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

7.5 Состав оборудования, технических средств обучения, лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование учебных аудиторий для проведения учебных занятий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства
Учебная аудитория 414 для проведения занятий лекционного типа в учебном корпусе № 1.	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Доска аудиторная, трибуна, аудиосистема акустическая (оборудование звукоусиления), блок управления для экранов, мультимедиа-проектор PlusU-7, настенно-потолочный экран с электропроводом Da-LiteCosmopolitan. Ноутбук RoverBookPartnerE415L., набор учебно-наглядных пособий.	1.Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образователь-ных организаций (Подписка AzureDevToolsforTeaching по программе MicrosoftImaginePremium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-

		56/20 от 18.05.2020)
Учебная аудитория 309 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном корпусе № 1.	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Доска аудиторная, трибуна. Переносной видеопроектор, экран на штативе, ноутбук ASUSX58C, набор учебно-наглядных пособий	
Учебная аудитория 203 - помещение для самостоятельной работы в учебном корпусе № 1.	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Компьютер в сборе с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации– 18 шт.	1.Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образователь-ных организаций (Подписка AzureDevToolsforTeaching по программе MicrosoftImaginePremium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-56/20 от 18.05.2020)
Помещение 215 для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования в учебном корпусе № 1.	Специализированная мебель для хранения учебного оборудования – стеллажи, шкафы	

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации обучающихся по дисциплине
«Рыночные стратегии предприятия»**

Направление подготовки **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) программы **Менеджмент в АПК**

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2024

**1.Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов
обучения по учебной дисциплине**

Индикаторы достижений компетенций	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
<p>ИД-4.ОПК-4 Определяет экономическую стратегию развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей</p>	<p align="center">Пороговый (удовлетворительно)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современный аналитический инструментарий поддержки принятия стратегических решений; – применимость и ограничения в использовании различных инструментов и методик анализа выявления и оценки новых рыночных возможностей; – моделирование и технологии стратегического планирования и управления; – сущность стратегических процессов в предприятии. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно применять современный аналитический инструментарий; – идентифицировать и организовывать эффективное использование доступных ресурсов и информации; – выявлять граничные условия применения стратегических и экономических решений; – осуществлять анализ внешней и внутренней среды предприятия; – формулировать обоснованные экономические стратегии по результатам стратегического анализа с учетом рыночной конъюнктуры. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации работы по подготовке стратегических изменений; – приемами сбора, селекции, обобщения и преобразования необходимой для стратегического анализа информации; – способами выявления и оценки новых рыночных 	<p align="center">тест практическое задание</p>

		<p>возможностей предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами применения результаты анализа для выработки стратегических рекомендаций развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры. 	
	<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знает твердо:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современный аналитический инструментарий поддержки принятия стратегических решений; – применимость и ограничения в использовании различных инструментов и методик анализа выявления и оценки новых рыночных возможностей; – моделирование и технологии стратегического планирования и управления; – сущность стратегических процессов в предприятии. <p>Умеет уверенно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно применять современный аналитический инструментарий; – идентифицировать и организовывать эффективное использование доступных ресурсов и информации; – выявлять граничные условия применения стратегических и экономических решений; – осуществлять анализ внешней и внутренней среды предприятия; – формулировать обоснованные экономические стратегии по результатам стратегического анализа с учетом рыночной конъюнктуры. <p>Владет уверенно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации работы по подготовке стратегических изменений; – приемами сбора, селекции, обобщения и преобразования необходимой для стратегического анализа информации; – способами выявления и 	<p>тест практическое задание</p>

		<p>оценки новых рыночных возможностей предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами применения результаты анализа для выработки стратегических рекомендаций развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры. 	
	<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Имеет сформировавшееся систематические знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современного аналитического инструментария поддержки принятия стратегических решений; – применимости и ограничений в использовании различных инструментов и методик анализа выявления и оценки новых рыночных возможностей; – моделирования и технологий стратегического планирования и управления; – сущности стратегических процессов в предприятии. <p>Имеет сформировавшееся систематическое умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно применять современный аналитический инструментарий; – идентифицировать и организовывать эффективное использование доступных ресурсов и информации; – выявлять граничные условия применения стратегических и экономических решений; – осуществлять анализ внешней и внутренней среды предприятия; – формулировать обоснованные экономические стратегии по результатам стратегического анализа с учетом рыночной конъюнктуры. <p>Показал сформировавшееся систематическое владение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыков организации работы по подготовке стратегических изменений; – приемов сбора, селекции, 	<p>тест практическое задание</p>

		обобщения и преобразования необходимой для стратегического анализа информации; — способов выявления и оценки новых рыночных возможностей предприятия; — методов применения результаты анализа для выработки стратегических рекомендаций развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры.	
--	--	--	--

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение теста (из 15 возможных вопросов варианта)	имеет только отдельные представления об изучаемом материале, правильных ответов на предложенный тест менее 8	испытывает затруднения при самостоятельном воспроизведении материала, ответов на предложенный тест 9-11	умеет применять полученные знания на практике, в ответах не допускает серьезных ошибок, ответов на предложенный тест 12-13	свободно применяет знания на практике, в ответах не допускает ошибок, ответов на предложенный тест 14-15

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия».

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итогового теста (из 15 возможных вопросов варианта) и решение практического задания	имеет только отдельные представления об изучаемом материале, правильных ответов на предложенный тест менее 8, практическое задание решено не правильно или не решено	испытывает затруднения при самостоятельном воспроизведении материала, практическое задание решено с ошибками, ответов на предложенный тест 9-11	умеет применять полученные знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает серьезных ошибок, ответов на предложенный	свободно применяет знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает ошибок, ответов на предложенный тест 14-15

			тест 12-13	
--	--	--	------------	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

КОМПЛЕКТ ТЕСТОВ

по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия»
для текущего контроля.

Примерные тесты для контроля по разделу 1

1. Что относится к одному из условий формирования стратегии:
 - А) текучесть кадров;
 - Б) темпы НТП;
 - В) рациональное распределение ресурсов;
 - Г) улучшение условий труда.

2. В чем заключается суть темологического подхода к изучению предприятия:
 - А) основная роль принадлежит окружению предприятия;
 - Б) предприятие — это система, которой можно управлять, определять ее цели и деятельность.
 - В) анализ рентабельности предприятия;
 - Г) образование внутренних связей, как результат социального поведения предприятия.

3. Одним из факторов внешней среды предприятия являются:
 - А) улучшение труда и имидж предприятия;
 - Б) сбыт, продвижение товара;
 - В) сканирование среды, неконкурентноспособность продукции;
 - Г) наличие оборудования, спортивной базы, библиотеки.

4. Стратегия предприятия это -
 - А) планирование реализации и производства товаров и услуг для определенного сегмента рынка;
 - Б) детальный план предназначен для того, чтобы обеспечить миссию организации и достижения ее целей;
 - В) финансовый план предприятия, составленный для его внутренней среды и разработан для каждого подразделения предприятия;
 - Г) пути достижения тактических целей предприятия, определение источников его финансирования.

5. Основным момент корпоративной стратегии:
 - А) распределение ресурсов между подразделениями;
 - Б) разрабатывается в рамках функциональных подразделений;
 - В) разрабатывается для предприятий, выпускающих однотипную продукцию;
 - Г) направления на отдельные подразделения или продукты.

6. Условиями формирования стратегии являются:
 - А) рациональное использование ресурсов;
 - Б) рост конкуренции;
 - В) основные подходы к изучению предприятия.

7. Типами стратегии являются:
 - А) технологической, финансовой, базовая стратегии;

- Б) экологической, ресурсная стратегия, стратегия безопасности;
- В) конкурентная, корпоративная, функциональная стратегии.

8 На внутреннюю среду предприятия влияют:

- А) уровень инфляции;
- Б) стиль жизни потребителя;
- В) квалификация рабочей силы;
- Г) конкуренты.

9. Для определения информации используются следующие способы:

- А) оценка и контроль результатов деятельности предприятия;
- Б) личный опыт;
- В) изменение организационной структуры;
- Г) прогнозирование.

10. Стратегия — это ...:

- А) деятельность предприятия, направленная на появлении новых методов прогнозирования будущего;
- Б) подробный, всесторонний комплексный план;
- В) организация управления рынком и внешним окружением;
- Г) диверсификация в продукции с целью завоевания рынка.

11. Направленность, цель конкурентной стратегии:

- А) расширение ресурсов между подразделениями;
- Б) конкурировать на рынке конкретного товара;
- В) осуществление долгосрочных целей и задач предприятия;
- Г) развитие мероприятий, миссии, целей для достижения их предприятием.

12. Какой из приведенных элементов относится к внутренней среде:

- А) сбыт и продвижение товаров;
- Б) потребление товаров;
- В) производство.

13. Для какой из систем характерен периодический обзор событий?

- А) регулярная;
- Б) иррегулярная;
- В) система непрерывного сбора.

14 Какие из источников информации относятся к внешней среде?

- А) сотрудники;
- Б) книги;
- В) конференции.

15. Зная стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, что характеризует финансовое состояние предприятия:

- А) номенклатура продукции;
- Б) тип и возраст оборудования;
- В) валовые наполнения;
- Г) фондоотдача;
- Д) показатели баланса.

Примерные тесты для контроля по разделу2

1. Стратегия – это:

- а) определение приоритетов и способов их реализации в системе стратегического управления;
- б) способ координации деятельности руководителей стратегического уровня;
- в) решение о развитии новых видов бизнеса;
- г) способ распределения ресурсов между приоритетными сферами бизнесу.

2. Диверсификация не предвидит:

- а) фокусирование на самом привлекательном сегменте рынка;
- б) разнообразие и всестороннее развитие;
- в) одновременное развитие многих, не связанных между собой видов производства;
- г) проникновение у сферы, которые не имеют непосредственной производственной связи с другими сферами деятельности.

3. Формулирование стратегических целей не предвидит:

- а) построение организационной структуры управления и производственной структуры, а также схемы взаимосвязи между ними;
- б) построение «дерево целей»;
- в) учет всех самых важных показателей, которые характеризуют конечные результаты деятельности;
- г) целеобразование у всех сферах деятельности предприятия, от которых зависит его выживание и успех организации.

4. Какое одно из утверждений относительно стратегии корпоративного уровня диверсификационной организации является ошибкой:

- а) координирует функциональные стратегии;
- б) обеспечивает координацию разных видов бизнеса;
- в) устанавливает стратегические приоритеты;
- г) обеспечивает управление объединенными в организации видами деятельности.

5. Стратегия – это система управленческих решений, к которым не входят определения:

- а) форм и методов организации производства;
- б) перспективных направлений развития организации;
- в) сферы, формы и способы деятельности организации в условиях непостоянной окружающей среды;
- г) порядку разделения ресурсов для достижения целей.

6. Наиболее правильным определением понятия стратегии предприятия является:

- а) рассчитана на перспективу система мероприятий, которая обеспечивает достижение целей предприятия;
- б) обобщенная модель действий, которая необходима для координации деятельности предприятия в перспективном периоде;
- в) подробный комплексный план, предназначен для целевого распределения ресурсов;
- г) рассчитанный на перспективу комплекс мероприятий, который предвидит реакцию предприятия на смену в окружающей среде.

7.Какая стратегия предвидит контроль над разными видами деятельности и номенклатурой продукции в целом на предприятии?

- а) управление набором отраслей;

- б) продуктивно-рыночная;
- в) маркетинга;
- г) конкуренции.

8. Какая стратегия направлена на достижение общей цели предприятия и отображает основные направления развития предприятия в целом?

- а) продуктивно-рыночная;
- б) конкуренции;
- в) маркетинга;
- г) управление набором отраслей.

9. Какая из представленных стратегий предвидит лицензионный обмен?

- а) внешнеэкономической экспансии;
- б) нововведений;
- в) зарубежного инвестирования;
- г) ориентировки на расширение экспорта.

10. Предпосылками использования термина «стратегия» в управленской теории и практике предприятия является:

- а) усиление внешней среды и повышение значимости его факторов для предприятия;
- б) трудности в достижении целей предприятия;
- в) необходимость в проведении деловой политики.

11. Определяя экономическую стратегию развития предприятия, в чем заключается специфика стратегии в:

- а) комплексном характере стратегии;
- б) проявленные сильные и слабые стороны предприятия;
- в) определенном характере действий;
- г) предвидении будущего предприятия.

12. Какая стратегия принадлежит к типу функциональных?

- а) стратегия маркетинга;
- б) стратегия увеличения;
- в) стратегия развития;
- г) стратегия управления производством.

13. Какие стратегии направлены на достижение специфических целей предприятия и отображают основные направления его деятельности?

- а) стратегии бизнеса;
- б) стратегия управления набором отраслей;
- в) специальная стратегия;
- г) стратегия управления персоналом.

14. С учетом особенностей стратегии предприятия, выделяют такие уровни стратегии:

- а) корпоративный, деловой, функциональный;
- б) корпоративный, специфический, функциональный;
- в) стратегия роста, стратегия ограниченного роста;
- г) глобальный, корпоративный, бизнес стратегия.

15. К какому уровню управления предприятием принадлежит стратегия маркетинга?

- а) функционального;
- б) корпоративного;

- в) делового;
- г) бизнеса.

КОМПЛЕКТ ТЕСТОВ
по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия»
для промежуточной аттестации.

Зачет проводится в виде итогового теста и выполнения практического задания. Для выполнения теста и практического задания отводится 90 минут.

Примерные задания итогового теста

1. К какому типу принадлежит стратегия выхода предприятия из кризиса?
 - а) специальная стратегия;
 - б) функциональная;
 - в) бизнеса;
 - г) корпоративная;
 - д) стратегия максимизации прибыли.
2. К бизнес-стратегии принадлежат:
 - а) стратегия конкуренции, стратегия экспорта;
 - б) стратегия производства, стратегия маркетинга;
 - в) стратегия маркетинга, стратегия управления набором отраслей;
 - г) стратегия конкуренции, стратегия «товар-рынок», стратегия маркетинга;
 - д) корпоративная.
3. Какая стратегия направлена на достижение общей цели предприятия и отображает основные направления его развития в целом?
 - а) корпоративная;
 - б) маркетинговая;
 - в) инновационная;
 - г) специфическая;
 - д) бизнеса.
4. Стратегия конкуренции предвидит:
 - а) обеспечение конкурентных позиций предприятия, повышение качества продукции, снижение затрат производства, специализацию;
 - б) снижение затрат, определения конкурентоспособности продукции, ассортимент которой предприятие будет расширять;
 - в) повышение качества продукции, специализацию, разработку мероприятий относительно поддержания неизменного уровня затрат;
 - г) определение конкурентных позиций предприятия, расширение ассортимента продукции, разработку мероприятий относительно поддержания уровня затрат;
 - д) конкурентного преимущества.
5. Стратегическое планирование деятельности предприятия – это:
 - а) совокупность действий и решений относительно разработки стратегий;
 - б) процесс определения целей предприятия;
 - в) разработка стратегий, которая направлена на достижение перспективных целей в определенных функциональных сферах предприятия;
 - г) разработка календарных планов-графиков производства;
 - д) реакция на изменение условий.
6. Стратегическое планирование – это совокупность процедур, для осуществления которых нужны определенные условия:

- а) создание определенного структурного подразделения, наличие определенных специалистов и информационной базы;
 - б) управление персоналом, которое обеспечивает деятельность плановой службы, образование информационной базы;
 - в) постоянная актуализация информационной базы, наличие только руководителя отдела стратегического развития;
 - г) определение календарно-плановых нормативов движения производства;
 - д) необходимость конкурентных преимуществ.
7. Главным заданием разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках является:
- а) достижение перспективных целей, обеспечение конкурентных преимуществ и конкурентной позиции предприятия;
 - б) достижение конкурентных преимуществ и рентабельности организации;
 - в) увеличение объемов производства и развития продукции;
 - г) удовлетворение потребностей потребителей;
 - д) необходимость внедрения высокой культуры управления.
8. Определение возможных путей достижения долгосрочных целей предприятия при имеющихся ресурсах предвидится в системе:
- а) стратегического планирования;
 - б) глобального планирования;
 - в) оперативного планирования;
 - г) среднесрочного планирования;
 - д) бизнес-планирования.
9. Миссия предприятия – это:
- а) главная цель предприятия, которая определяет его назначение;
 - б) глобальная цель деятельности предприятия на рынке;
 - в) долгосрочный ориентир предприятия;
 - г) направление деятельности предприятия;
 - д) оценка и контроль определения программ.
10. Определяя экономическую стратегию развития предприятия, миссия предприятия в широкой трактовке определяется как:
- а) философия предприятия, которая определяет принципы и ценности, согласно которым предприятие осуществляет свою деятельность;
 - б) качественные и количественные ориентиры деятельности предприятия;
 - в) сформулированный смысл существования предприятия;
 - г) словесное выражение общей и специфической стратегии предприятия;
 - д) определение стратегических целей.
11. Словесное выражение главной цели предприятия, которое определяет сферу его деятельности – это:
- а) девиз предприятия;
 - б) кредо предприятия или лозунг;
 - в) философия предприятия;
 - г) совокупность лозунгов, стиля управления предприятием;
 - д) экономический потенциал.
12. Цель фирмы: «отобразить часть рынка (10%) за год» принадлежит к:
- а) количеству стратегической цели;
 - б) качеству стратегической цели;
 - в) тактической цели;
 - г) оперативной цели;
 - д) текущей цели.
13. Планирование, которое направленное на обеспечение стойкой долгосрочной ответственности между целями предприятия, его внутренними и рыночными

возможностями является:

- а) стратегическим;
- б) оперативным;
- в) целевым;
- г) технико-экономическим;
- д) определение стратегической среды.

14. Схожесть долгосрочного и стратегического планирования заключается в следующем:

- а) планирование деятельности предприятия на перспективу, с учетом особенности стратегии предприятия;
- б) будущее предприятие может быть определено путем экстраполяции исторически сформированных тенденций развития;
- в) формулирование более высшего уровня показателей развития предприятия по сравнению с достигнутым уровнем;
- г) невозможность использования методов экстраполяции;
- д) разработке комплекса мер для достижения целей.

15. Определяя экономическую стратегию развития предприятия, основные задания организации стратегического планирования (в случае использования традиционного подхода) заключается в:

- а) создании определенной структуры и обеспечении ее функционирования;
- б) создании социального производства подразделения на предприятии;
- в) привлечении к процессу планирования руководителей и всех работников предприятия (линейных и функциональных);
- г) обеспечении предприятия необходимыми ресурсами;
- д) разработка альтернативных планов.

16. Анализ среды предполагает изучение 3х составляющих. Что здесь лишнее?

- а) Внешняя среда организации;
- б) Макроокружение;
- в) Внутренняя среда организации.

17. Изучение какой компоненты в макроокружении позволяет понять как формируются и распределяются ресурсы?

- а) Экономической компоненты;
- б) Социальной компоненты;
- в) Правовой компоненты.

18. Что является ключевым процессом политической компоненты?

- а) Борьба за власть;
- б) Соперничество;
- в) Получение денег.

19. Даны компоненты, по которым анализируется непосредственное окружение. Какой компонент лишний?

- а) Законы;
- б) Конкуренты;
- в) Поставщики.

20. Какой этап наступает после того, как определены миссия и цели организации?

- а) Выбор стратегии;
- б) Выполнение стратегии;
- в) Оценки.

21. Функция планирования отвечает на три вопроса. Какой из данных вопросов лишний?

- а) Для чего нам это надо;
- б) Куда мы хотим двигаться;
- в) Где мы находимся.

22. Действие с помощью которого руководство осуществляет выполнение работы с помощью других лиц. Это?

- а) Доминирование;
 - б) Надзор;
 - в) Контроль.
23. Существует три этапа управления контролем. Какой из них лишний?
- а) Точное определение целей;
 - б) Установление стандартов;
 - в) Реализация действий;
 - г) Изменение того, что было в действительности.
24. Внутренние переменные организации - это?
- а) Цели, задачи, структура, технология, люди;
 - б) Цели, задачи, технология, законы;
 - в) Цели, задачи, структура, технология, потребители.
25. Для выбора роста компании существуют такие стратегии, как?
- а) Портфельная, деловая, функциональная;
 - б) Организационная, экономическая, деловая;
 - в) Портфельная, деловая.
26. Товары и услуги, которые предприятие предлагает покупателям на рынке - это?
- а) Продукция;
 - б) Предложение;
 - в) Сделка.
27. Создание внутреннего побуждения к действиям - это?
- а) Мотивация;
 - б) Методология;
 - в) Миссия организации.
28. Планирование - это?
- а) Один из способов, с помощью которого руководство обеспечивает единое направление целей всех членов организации к достижению общих для них целей;
 - б) Подготовка и выработка определенного направления деятельности;
 - в) Когда работники подчиняются руководителю.
29. В процессе маркетинга не определяются?
- а) Миссия организации;
 - б) Доля рынка и конкурентоспособность;
 - в) Предпродажное и послепродажное обслуживание клиентов.
30. Среднесрочные планы составляются на период?
- а) 3-10 лет;
 - б) 10-25 лет;
 - в) до 1 года.
31. В первые общие принципы планирования были сформулированы?
- а) А. Файолем;
 - б) А. Смитом;
 - в) Парретто.
32. Генеральной целью стратегического планирования являются?
- а) Рост величины стоимости капитала фирмы;
 - б) Прибыль;
 - в) Объем реализации.
33. Величина вновь созданной стоимости отражает?
- а) Экономический рост фирмы;
 - б) Платежеспособность;
 - в) Уровень финансового состояния предприятия.
34. Исходной базой для постановки целей планирования является?
- а) Цели верхнего уровня управления предприятием;

- б) Тактические цели;
 - в) Оперативные цели.
35. Какие показатели используются в качестве основных целей в финансовом планировании?
- а) Показатели маневренности;
 - б) Финансовой устойчивости;
 - в) Все варианты верны.
36. Основная финансовая цель предприятия?
- а) Гарантия ликвидности;
 - б) Платежеспособность;
 - в) Рост стоимости компании.
37. Стратегия действий по закупке при избытке товарного предложения предполагает?
- а) Выбор из альтернативных предложений;
 - б) Оперативные конкуренты;
 - в) Рентабельность продаж.
38. Руководители функциональных служб относятся к?
- а) Руководителям высшего звена;
 - б) Руководителям среднего звена;
 - в) Руководителям низшего звена.
39. Стратегия _____, по мнению М.Портера, может строиться в трех вариантах: лидерства в снижении издержек, дифференциации и фокусирования.
- а) зрелости
 - б) развития
 - в) функционирования
40. Стратегия _____ состоит в концентрации усилий организации в определенных приоритетных направлениях, где она пытается достичь превосходства над другими
- а) лидерства в снижении издержек
 - б) фокусирования
 - в) умеренного роста

Примерные варианты практических задания для промежуточной аттестации

Задание 1. На основе имеющейся у вас информации о деятельности отечественных и зарубежных организаций агропромышленного профиля определите, какие концепции маркетинговой деятельности характерны для этих организаций.

Задание 2. На основе изучения теоретических подходов к формулированию миссии организации изучите миссии определенных организаций агропромышленного профиля и выявите положительные свойства и недостатки формулировок их миссии.

Задание 3. Вы являетесь маркетологом сети ресторанов. В последнее время объем продаж вашей сети ресторанов начал снижаться. Количество конкурентов на рынке не изменилось. Уровень доходов потребителей остался прежним. Вы сделали вывод о том, что потребители не удовлетворены уровнем обслуживания в вашей сети ресторанов. Какие методы определения степени удовлетворенности потребителей вы будете использовать для вашей сети ресторанов?

Задание 4. Вы работаете маркетологом компании, производящей молочную продукцию. Ряд потребителей попали в больницы в результате отравления после употребления вашей продукции. Что вы предпримите в этой ситуации? Как вы будете восстанавливать испорченный имидж компании?

Задание 5. Вы являетесь маркетологом компании, производящей колбасы. Предложите свои возможные действия в рамках всех четырех стратегий, представленных в матрице Ансоффа: «Глубокое проникновение на рынок», «Развитие рынка», «Разработка товара», «Диверсификация».

Задание 6. Портфель видов деятельности изготовителя сельскохозяйственной техники включает в себя пять бизнес-направлений. Данные о продажах и конкурентах приведены в таблице.

Стратегические зоны хозяйствования	Продажи (млн шт.)	Количество конкурентов	Продажи трех главных конкурентов	Темпы роста спроса, %
A	1,0	7	1,4/1,4/1,0	15
B	33	18	3,2/3,2/2,0	20
C	3,9	12	3,8/3,0/2,5	7
D	6,6	5	6,5/1,6/1,4	4
E	0,7	9	3,0/2,5/2,0	4

1. Проанализируйте портфель организации с помощью матрицы Бостонской консалтинговой группы и представьте свой диагноз ее состояния.

2. Что можно рекомендовать по результатам анализа?

3. Какую стратегию следует выбрать для каждого бизнес-направления?

Задание 7. Подумайте, какую маркетинговую стратегию (стратегии) и почему вы можете предложить небольшой организации, владеющей специализированной продукцией и обладающей известностью на рынке, однако не располагающей значительными ресурсами.

Задание 8. Вы являетесь маркетологом компании, производящей молочную продукцию. Вам необходимо расширить ассортимент продукции вашей компании. Где и каким образом вы будете искать идеи новой продукции?

Задание 9. Вы работаете маркетологом компании, производящей макаронные изделия. Начальник отдела маркетинга поручил вам усовершенствовать упаковку

продукции вашей организации. Какие факторы вы будете учитывать при создании новой упаковки макаронных изделий?

Задание 10. Вы являетесь маркетологом компании, производящей зерноуборочные комбайны. Ваша организация выпускает на рынок новую модель комбайна с улучшенными характеристиками. Какие факторы вы будете учитывать при определении цены на эту новую модель комбайна? Какой метод установления цены вы будете использовать для новой модели комбайна?

Задание 11. Вы являетесь маркетологом крупного хлебозавода. Какие каналы сбыта вы будете использовать для реализации хлебобулочной продукции вашей организации? Ответ обоснуйте.