

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емел, Валерий Сергеевич
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 08.07.2026 12:41:01
Уникальный программный ключ:
f2b8a1573c931f1098cfe679a1aebd94c6f35a7

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

**Рязанский институт (филиал)
Московского политехнического университета**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

сформированности компетенции ОПК-4 «Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций»

Разработан в соответствии с ФГОС **38.03.02 «Менеджмент»**
профиль подготовки **Логистика**
квалификация **Бакалавр**

Вопросы для оценки сформированности компетенции

ОПК-4 «Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций»

Компетенция формируется дисциплинами:

Дисциплина	Семестр
Маркетинг	4
Стратегический менеджмент	8

Вопросы и задания по дисциплине «Маркетинг»

1. Какой инструмент в первую очередь используют для выявления новых рыночных возможностей?
А) бухгалтерский баланс;
Б) PEST-анализ;
В) отчёт о движении денежных средств;
Г) инвентаризационная ведомость.
2. Какой метод позволяет собрать первичные данные о потенциальном спросе на новый продукт?
А) анализ годовых отчётов конкурентов;
Б) глубинные интервью с представителями целевой аудитории;
В) изучение нормативных актов;
Г) аудит внутренних бизнес-процессов компании.
3. Какой показатель помогает оценить, насколько привлекателен новый сегмент рынка с точки зрения конкуренции?
А) уровень текучести кадров в компании;
Б) индекс потребительской лояльности (NPS) текущего продукта;
В) уровень угрозы появления новых игроков по модели Портера;
Г) коэффициент оборачиваемости запасов.
4. При разработке бизнес-плана для нового направления анализ сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз внешней среды проводят с помощью:
А) SWOT-анализа;
Б) ABC-анализа;
В) XYZ-анализа;
Г) метода Дельфи.
5. Для оценки перспективности новой рыночной возможности важно проанализировать:
А) только текущие продажи компании;
Б) тренды потребительского поведения и динамику рынка;
В) личные предпочтения руководства;
Г) историю создания компании.
6. Как называют объём спроса на продукт в целевом сегменте за период?
7. Как обозначают минимально жизнеспособный продукт для проверки гипотезы?

8. Какой показатель отражает готовность клиентов рекомендовать продукт?
9. Какой показатель помогает оценить скорость роста целевого сегмента?
10. Как называют процесс распределения рынка на однородные группы потребителей?
11. Компания планирует выйти на новый сегмент рынка с продуктом, себестоимость которого — 500 руб. за единицу. Целевая рентабельность — 20 %. Рассчитайте минимальную цену продажи (в руб.) при условии, что дополнительные издержки на дистрибуцию и маркетинг не учитываются.
12. Для запуска нового направления бизнеса требуется единовременное вложение 3 млн руб. Ожидаемая чистая прибыль в первый год — 600 тыс. руб. Рассчитайте срок окупаемости проекта (в годах).
13. В бизнес-плане предусмотрено, что постоянные затраты на запуск нового направления составят 1,2 млн руб., переменные затраты на единицу — 300 руб., а цена продажи — 500 руб. Определите точку безубыточности в натуральном выражении (в шт.).
14. Какой термин используют для обозначения группы потребителей, на которую в первую очередь ориентирован новый продукт?
15. Метод выявления рыночных возможностей через сбор и анализ данных о потребителях и конкурентах.
16. Метод генерации идей для бизнес-кейса, где поощряется свободное творческое мышление.
17. Процесс сбора первичной информации для бизнес-кейса через наблюдение, опросы, эксперименты.
18. Какой метод сбора первичной информации подходит для изучения сложных социальных явлений?
19. Какой метод прогнозирования спроса основан на экспертных оценках?
20. Что является финальным этапом в цикле работы с рыночной возможностью?

Ключи в вопросам и баллы за правильный ответ

Вопрос	Ответ
1.	Б
2.	Б
3.	В
4.	А
5.	Б
6.	ёмкость рынка
7.	MVP
8.	NPS
9.	темпы роста
10.	сегментация
11.	600

12.	5
13.	6000
14.	целевая аудитория
15.	маркетинговые исследования
16.	мозговой штурм
17.	полевое исследование
18.	наблюдение
19.	Метод Дельфи
20.	Реализация и мониторинг

Методика оценки сформированности компетенции

Оценка сформированности компетенции проводится по схеме оценивания от 0% до 100% .

Схема оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Пороговый уровень (как обязательный для всех выпускников по завершении освоения ОП ВО) <i>оценивается по шкале 51%-65% правильных ответов как оценка «удовлетворительно»</i>	Характерно частичное знание. Количество верных ответов заключается в интервале 12 - 13 тестовых вопросов и заданий.
Повышенный продвинутый уровень (относительно порового уровня) <i>оценивается по шкале 66%-85% правильных ответов как оценка «хорошо»</i>	Характерно сформированное, но содержащее отдельные пробелы знание. Количество верных ответов заключается в интервале 14- 17 тестовых вопросов и заданий.
Повышенный превосходный уровень (относительно порового уровня) <i>оценивается по шкале 86%-100% правильных ответов как оценка «отлично»</i>	Характерно полностью сформированное знание. Количество верных ответов заключается в интервале 18 - 20 тестовых вопросов и заданий.

Вопросы и задания по дисциплине «Стратегический менеджмент»

1. Стратегия организации это:

- А) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования
- Б) практическое использование методологии стратегического управления
- В) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей
- Г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов

2. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

- А) стратегическое планирование
- Б) стратегия

- В) СВОТ – анализ
- Г) стратегическое управление

3. Кто является автором схемы анализа пяти основных конкурентных сил, влияющих на рынок?

- А) Шендел
- Б) Хаттен
- В) Хиггенс
- Г) Портер

4. Основные элементы стратегического менеджмента:

- А) стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль
- Б) субъекты и объекты стратегического управления
- В) стратегическое планирование и тактическое планирование
- Г) менеджмент, маркетинг, бенчмаркинг

5. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- А) функциональная стратегия
- Б) корпоративная стратегия
- В) бизнес-стратегия
- Г) стратегия

6. _____ - генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.

7. Умение наводить порядок в собственных делах - управление _____.

8. _____ стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей.

9. Формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации – это стратегический_____.

10. Концепция Маккензи – модель, представляющая из себя матрицу, состоящую из _____ ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций направлений хозяйственной деятельности организации.

11. Законодательные ограничения, более низкие издержки действующих в отрасли компаний, патенты и лицензии - это _____ для проникновения в отрасль новых производителей.

12. Достижение устойчивых конкурентных преимуществ в организации - основная цель _____ стратегии.

13. Лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование - это _____ стратегии школы позиционирования (М. Портера).

14. Матрица "продукт-рынок" - это матрица_____.

15. _____ товара – это совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж.

16. Внутренние изменения организации, обеспечивающие адаптацию к внешней среде – это конечный _____ выполнения стратегии.

17. Прогнозирование, планирование, организация, координация, учет, анализ и контроль – это _____ стратегического менеджмента.

18. _____ – включает в себя анализ политических, экономических, социокультурных, технологических факторов.

19. Объединение предприятий, занимающих смежные ступеньки производственной цепочки – это стратегия _____ интеграции.

20. Стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим – это стратегия _____.

Ключи к вопросам и баллы за правильный ответ

Вопрос	Ответ
1.	В
2.	В
3.	Г
4.	А
5.	Б
6.	стратегия
7.	временем
8.	принципы
9.	выбор
10.	9
11.	барьер
12.	деловой
13.	базовые
14.	Ансоффа
15.	жизненный цикл
16.	результат
17.	функции
18.	PEST – анализ
19.	вертикальной
20.	роста

Методика оценки сформированности компетенции

Оценка сформированности компетенции проводится по схеме оценивания от 0% до 100% .

Схема оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Пороговый уровень (как обязательный для всех выпускников по завершении освоения ОП ВО) <i>оценивается по шкале 51%-65% правильных ответов как оценка «удовлетворительно»</i>	Характерно частичное знание. Количество верных ответов заключается в интервале 12 - 13 тестовых вопросов и заданий.
Повышенный продвинутый уровень	Характерно сформированное, но

(относительно порового уровня) оценивается по шкале 66%-85% правильных ответов как оценка «хорошо»	содержащее отдельные пробелы знание. Количество верных ответов заключается в интервале 14- 17 тестовых вопросов и заданий.
Повышенный превосходный уровень (относительно порового уровня) оценивается по шкале 86%-100% правильных ответов как оценка «отлично»	Характерно полностью сформированное знание. Количество верных ответов заключается в интервале 18 - 20 тестовых вопросов и заданий.