

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

**Б1.О.01.03 Анализ трендов маркетинговой и коммерческой  
деятельности**

**38.04.02 Менеджмент**

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения  | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине  |
|---|---|--|
| ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды | ОПК-3.2 Формирует и критически оценивает альтернативные варианты решения профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий | <b>знает</b><br>теоретические основы формирования и критической оценки альтернативных вариантов решений профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий |
|   |   | <b>умеет</b><br>выявлять особенности поведения субъектов социально-экономических взаимодействий в зависимости от специфики среды, включая особенности кросс-культурных взаимодействий  |
|   |   | <b>владеет навыками</b><br>навыками формирования и критической оценки альтернативных вариантов решений профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий  |
| УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий   | УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. Вырабатывает стратегию действий   | <b>знает</b><br>теоретические основы проведения анализа проблемных ситуаций как системы, выявления ее составляющих и связей между ними, разработки стратегии действий  |
|   |   | <b>умеет</b><br>анализировать проблемные ситуации как системы, выявлять их составляющие и связи между ними, разрабатывать стратегии действий   |
|   |   | <b>владеет навыками</b><br>навыками анализа проблемных ситуаций как системы, выявления их составляющих и связей между ними, разработки стратегии действий  |

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

| № | Наименование раздела/темы | Семестр | Код индикаторов достижения компетенций | Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций |
|---|---------------------------|---------|--|--|
|   |                           |         |  |  |

|      |  |   |         |   |
|------|--|---|---------|---|
| 1.   | 1 раздел. Раздел 1   |   |         |   |
| 1.1. | Траектории маркетинга и коммерции  | 1 | УК-1.1  | Доклад  |
| 1.2. | КТ 1   | 1 | УК-1.1  | Творческое задание                                    |
| 1.3. | Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)                   | 1 | УК-1.1  | Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи |
| 1.4. | Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)                   | 1 | УК-1.1  | Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи |
| 1.5. | КТ 2   | 1 | УК-1.1  | Творческое задание                                    |
| 1.6. | Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае | 1 | ОПК-3.2 | Доклад  |
| 1.7. | Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки  | 1 | ОПК-3.2 | Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи |
| 1.8. | КТ 3   | 1 | ОПК-3.2 | Творческое задание                                    |
|      | Промежуточная аттестация   |   |         | За  |

### 3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

| № п/п                     | Наименование оценочного средства                      | Краткая характеристика оценочного средства  | Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы) |
|---------------------------|---|---|---|
| <b>Текущий контроль</b>   |   |   |   |
| <b>Для оценки знаний</b>  |   |   |   |
| <b>Для оценки умений</b>  |   |   |   |
| 1                         | Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи | Задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни   | Комплект практико-ориентированных и ситуационных задач          |
| 2                         | Доклад, сообщение                                     | Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы | Темы докладов, сообщений  |
| <b>Для оценки навыков</b> |   |   |   |

|                          |                    |   |  |
|--------------------------|--------------------|---|--|
| 3                        | Творческое задание | Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.           | Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
| Промежуточная аттестация |                    |   |  |
| 4                        | Зачет              | Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено». | Перечень вопросов к зачету                             |

**4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности"**

*Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости*

## Практико-ориентированные и ситуационные задачи

### Задача 1

Постройте ментальную карту актуальных трендов / инструментов, способных оказать существенное влияние в ближайший год на развитие маркетинга.

Для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (Xmind // <https://xmind.app/>; MindNODE // <https://www.mindnode.com/>; Mindjet // <https://www.mindmanager.com/en/>) или любыми иными сервисами для построения ментальных карт.

### Задача 2

Изучите содержательную часть Индустрии 6.0 и сформируйте свое видение того, как новая технореволюция/техноэволюция влияет на рынок, потребителей, маркетинг, коммерцию. Выполненное задание рекомендуется представить в виде инфографики и краткого эссе, раскрывающего ее суть.

Цифровой инструментарий: для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (Figma// <https://www.figma.com/> ; Visme // <https://www.visme.co/> ; Piktochart // <https://piktochart.com/>) или любыми иными сервисами для создания инфографики. Созданный вами креатив должен быть похож по уровню сложности и информативности на иллюстрацию к данному заданию.

### Задача 3

По данным аналитиков, продажи в офлайн-ритейле и e-commerce продолжают расти, но темпы роста падают. Как цифровая трансформация влияет на объем продаж, что ждет розницу в будущем, в какие IT-технологии и сколько вкладывают торговые сети. Технологический прогресс и изменение потребительского поведения ставят перед компаниями новые задачи и вызовы. В свою очередь, стратегия розничного бизнеса на два ближайших года должна учитывать эти тренды и предлагать инновационные решения.

Задание: изучите основные тенденции развития розничной торговли в России в 2024-2025 гг. и определите ключевые векторы коммерческой деятельности на перспективу 2026-2027 гг. Выполненное задание рекомендуется представить в виде аналитической записки, содержащей в обязательном порядке графики, таблицы, рисунки (до 10 шт.; анимация приветствуется).

Цифровой инструментарий: для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (LiveGap// <https://charts.livegap.com/?lan=ru/> ; Google Таблицы // <https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/>; ChartBlocks // <https://www.chartblocks.io/> ) или любыми иными сервисами для визуализации данных. Созданный вами креатив должен быть похож по уровню сложности и информативности на иллюстрацию к данному кейсу.

***Примерные оценочные материалы  
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)  
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

## Вопросы к зачету

1. Роль маркетинговых трендов в формировании стратегии компании
2. Маркетинговый анализ рынка: виды, этапы и методы
3. Сущность и основные инструменты маркетингового анализа
4. Гибридные методы маркетингового анализа
5. Различия между маркетинговыми трендами и модами.
6. Факторы, влияющие на формирование маркетинговых трендов (демографические изменения, технологические инновации, изменение потребительского поведения)
7. Использование маркетинговых трендов для достижения целей субъектами бизнеса
8. Влияние индустрии 4.0 на маркетинговую и коммерческую деятельность компаний
9. Адаптация компаний к изменяющимся трендам коммерческой деятельности
10. Преимущества и недостатки электронной коммерции по сравнению с традиционной
11. Успешный опыт российских компаний по адаптации к изменяющимся условиям рынка
12. Влияние ключевых трендов коммерческой деятельности на ведущие отрасли национальной экономики
13. Ключевые шаги анализа маркетинговых трендов
14. Ключевые шаги анализа трендов коммерческой деятельности
15. Влияние цифровизации на коммерческую деятельность компаний

## *Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)*

### Тематика докладов

1. Место и роль аналитической функции в системе маркетинга
2. Понятие и макроэкономические показатели конъюнктуры рынка
3. Анализ производственного потенциала рынка
4. Анализ потребительского потенциала рынка
5. Понятие и границы конкурентных товарных рынков
6. Анализ рыночной концентрации как фактора конкуренции
7. Задачи и методы анализа потребительского поведения
8. Анализ потребностей и структуры покупок
9. Аналитическая модель оценки покупательских требований и пожеланий
10. Аналитические модели пробного маркетинга и оценки покупательских ожиданий
11. Анализ эффективности товарного портфеля предприятия
12. Анализ и оценка моделей сбытовой деятельности
13. Индикаторы и критерии маркетинговых рисков