

**Приложение 2 к РПД Маркетинг  
38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль)  
Логистика и управление предприятием  
Форма обучения – очная  
Год набора – 2023**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

|    |                          |                                     |
|----|--------------------------|-------------------------------------|
| 1. | Кафедра                  | Экономики и управления              |
| 2. | Направление подготовки   | 38.03.02 Менеджмент                 |
| 3. | Направленность (профиль) | Логистика и управление предприятием |
| 4. | Дисциплина (модуль)      | Маркетинг                           |
| 5. | Форма обучения           | очная                               |
| 6. | Год набора               | 2023                                |

**2. Перечень компетенций**

|                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК-4). |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| № п/п | Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)    | Формируемая компетенция | Критерии и показатели оценивания компетенций                                |                                                                  |                                      | Формы контроля сформированности компетенций                                        |
|-------|-------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                             |                         | Знать:                                                                      | Уметь:                                                           | Владеть:                             |                                                                                    |
| 1.    | Маркетинг как концепция рыночного управления                | ОПК-4                   | основные понятия, категории маркетинга                                      | использовать инструментарий предпланового маркетингового анализа | навыками решения практических задач. | Контрольный опрос.<br>Подготовка доклада                                           |
| 2.    | Организация маркетинга                                      | ОПК-4                   | сущность процесса организации маркетинга                                    | использовать инструментарий предпланового маркетингового анализа | навыками решения практических задач. | Контрольный опрос.<br>Подготовка доклада                                           |
| 3.    | Предплановые маркетинговые исследования                     | ОПК-4                   | сущность и основной инструментарий предпланового маркетингового анализа     | использовать инструментарий предпланового маркетингового анализа | навыками решения практических задач. | Контрольный опрос.<br>Решение тестов.<br>Решение кейс-стади.<br>Подготовка доклада |
| 4.    | Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития | ОПК-4                   | основные методы оценки текущего состояния бизнеса и перспектив его развития | использовать инструменты оценки бизнеса                          | навыками решения практических задач. | Контрольный опрос.<br>Решение тестов.<br>Решение кейс-стади.<br>Подготовка доклада |
| 5.    | Планирование маркетинга                                     | ОПК-4                   | основные особенности разработки планов маркетинга                           | использовать инструменты планирования маркетинга                 | навыками решения практических задач. | Контрольный опрос.<br>Решение тестов.<br>Решение кейс-стади.<br>Подготовка доклада |

#### Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«неудовлетворительно» – 60 баллов и менее;

«хорошо» – 81-90 баллов

«удовлетворительно» – 61-80 баллов

«отлично» – 91-100 баллов

#### 4. Критерии и шкалы оценивания

##### 4.1. За решенный тест выставляются баллы

| Количество правильных ответов      | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  |
|------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Количество баллов за решенный тест | 0,8 | 1,6 | 2,4 | 3,2 | 4,0 | 4,8 | 5,6 | 6,4 | 7,2 | 8,0 |

##### 4.2. За решение кейсов выставляются баллы

| Баллы | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4     | <ul style="list-style-type: none"><li>– студент решил все рекомендованные задачи;</li><li>– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;</li><li>– свободное владение профессиональной терминологией;</li><li>– умение высказывать и обосновать свои суждения;</li><li>– студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы;</li><li>– студент организует связь теории с практикой.</li></ul>                |
| 3     | <ul style="list-style-type: none"><li>– студент решил не менее 85% рекомендованных задач;</li><li>– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения задачи, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;</li><li>– ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.</li></ul> |
| 2     | <ul style="list-style-type: none"><li>– студент решил не менее 75% рекомендованных задач;</li><li>– студент грамотно излагает материал; содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;</li><li>– ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.</li></ul>                                                                                                                                    |
| 1     | <ul style="list-style-type: none"><li>– студент решил не менее 65% рекомендованных задач;</li><li>– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения задачи, не может доказательно обосновать свои суждения;</li><li>– обнаруживаются ошибки в расчетах.</li></ul>                                                                                    |
| 0     | <ul style="list-style-type: none"><li>– студент выполнил менее 50% задания;</li><li>– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решена задача;</li><li>– в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения задачи.</li></ul>                                  |

##### 4.3. За подготовку и выступление с докладом выставляются баллы

| Баллы | Характеристики ответа студента                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7     | <ul style="list-style-type: none"><li>- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;</li><li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li><li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li><li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li></ul> |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет понятиями</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>6</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- владеет системой основных понятий</li> </ul>                                                                                 |
| <b>4</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- тема раскрыта, но доклад носит исключительно теоретический характер;</li> <li>- нет связи теории и практики;</li> <li>- делает неполные выводы и обобщения;</li> <li>- владеет системой основных понятий в рамках основной литературы.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                       |
| <b>2</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>- частично владеет системой понятий</li> </ul> |
| <b>0</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не усвоил значительной части проблемы;</li> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений;</li> <li>- не владеет понятийным аппаратом.</li> </ul>                                                                                                |

#### 4.4. Контрольный опрос

0 баллов – студент не отвечает на вопросы преподавателя, не дополняет ответы других студентов, не участвует в дискуссии или обсуждении проблемы (ситуации);

1 балл – студент отвечает не более, чем на один вопрос преподавателя или только дополняет один ответ другого студента;

2 балла - студент отвечает на вопросы преподавателя, дополняет ответы других студентов, участвует в дискуссии или обсуждении проблемы (ситуации).

#### 4.5. За подготовку презентации выставляются баллы

| <b>Структура презентации</b>                                                                  | <b>Максимальное количество баллов</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Содержание</b>                                                                             |                                       |
| Сформулирована цель работы                                                                    | 1,2                                   |
| Понятны задачи и ход работы                                                                   | 1,2                                   |
| Информация изложена полно и четко                                                             | 1,2                                   |
| Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации                            | 1,2                                   |
| Сделаны выводы                                                                                | 1,2                                   |
| <b>Оформление презентации</b>                                                                 |                                       |
| Единый стиль оформления                                                                       | 1,2                                   |
| Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой                                     | 1,2                                   |
| Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах | 1,2                                   |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| Ключевые слова в тексте выделены           | 1,2       |
| <b>Эффект презентации</b>                  |           |
| Общее впечатление от просмотра презентации | 1,2       |
| <b>Мах количество баллов</b>               | <b>12</b> |

**5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

### **5.1. Типовое тестовое задание**

#### **Предплановые маркетинговые исследования**

1. Как осуществляется текущий контроль в организации?
  - а. путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
  - б. путем наблюдения за работой работников;
  - в. с помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
  - г. вышестоящей структурой.
  
2. Контроль - это:
  - а. вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
  - б. вид человеческой деятельности;
  - в. наблюдение за работой персонала организации;
  - г. наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий.
  
3. Контроль должен быть:
  - а. объективным и гласным;
  - б. объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным;
  - в. эффективным;
  - г. текущим.

#### **Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития**

1. Организационное планирование осуществляется:
  - а. только на высшем уровне управления;
  - б. на высшем и среднем уровнях управления;
  - в. на среднем уровне управления;
  - г. на всех уровнях управления.
  
2. На уверенности в том, что за определенную выполненную работу человек получит вознаграждение основывается следующая теория мотивации:
  - а. ожиданий;
  - б. справедливости;
  - в. потребностей;
  - г. вознаграждений.
  
3. Когда осуществляется заключительный контроль в организации?
  - а. до фактического начала выполнения работ;
  - б. после, выполнения запланированных работ;
  - в. в ходе проведения определенных работ;
  - г. тогда, когда удобно руководителю.

## Планирование маркетинга

1. Что следует понимать под миссией организации?
  - а. основные задания организации;
  - б. основные функции организации;
  - в. основное направление деятельности;
  - г. четко выраженные причины существования.
  
2. К внутренней среде относятся:
  - а. поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
  - б. состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
  - в. цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
  - г. планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль.
  
3. Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?
  - а. в организации интересы одного работника или группы не должен преобладать над интересами организации в целом;
  - б. в организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
  - в. интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
  - г. интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников.

### Ключ к тесту

| Тема                                                        | Тестовое задание |                           |
|-------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|
|                                                             | Номер теста      | Правильный вариант ответа |
| Предплановые маркетинговые исследования                     | 1                | а                         |
|                                                             | 2                | а                         |
|                                                             | 3                | а                         |
| Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития | 1                | г                         |
|                                                             | 2                | а                         |
|                                                             | 3                | б                         |
| Планирование маркетинга                                     | 1                | г                         |
|                                                             | 2                | в                         |
|                                                             | 3                | а                         |

### 5.2. Типовое задание для решения кейс-стади

**Кейс-стади 1.** Определите причины кризисной ситуации в организации. Предложите варианты повышения рентабельности.

Кофейня при бизнес школе всегда была прибыльной, но недавно прибыль начала падать/

Кофейня продает два типа продукции: кофе и закуски

Продуктовая линия не изменилась

Цены на товары остались как раньше

Постоянные издержки остались как раньше

Доходы выросли  
Продажи кофе в натуральном выражении не изменились  
Продажи закусок в натуральном выражении выросли  
В процентном выражении продажи кофе всегда были 90% (сейчас 60%), продажи закусок всегда были 10% (сейчас 40%)  
Недавно закрылось университетское кафе поблизости  
Маржа с продажи стаканчика кофе составляет 20 центов, маржа с продажи закуски 2 цента с одной единицы продукции.

**Решение:**

Центральной темой кейса является соотношение продаж.

Студент должен понять, что рост продаж закусок вместе с неизменным уровнем продаж кофе означает рост доли продаж закусок.

Студент также должен понять, что рост доли продаж закусок с низкой маржей привел к снижению рентабельности.

Студент должен также выйти за пределы одних пропорций продаж и рассказать о ситуации в целом: после закрытия кафе, в кофейне вырос спрос на закуски.

**5.3. Примерные темы докладов**

1. Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг.
2. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования.
3. Антикризисный маркетинг.
4. Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга.
5. Формирование (проектирование) оргструктуры маркетинга.
6. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.
7. Определение спроса и доли рынка.
8. Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка.
9. Изучение потребителей.
10. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.
11. Анализ хозяйственного и продуктового портфелей.
12. Ситуационный анализ.
13. Метод SPACE-анализа.
14. Сценарный метод.
15. Анализ разрывов (GAP-анализ).
16. Анализ цепочек ценностей. ABC- и XYZ-анализ.
17. Сегментирование и позиционирование.
18. Общие концепции планирования маркетинга.
19. Особенности разработки планов маркетинга.
20. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.
21. Организация выполнения и контроль плана маркетинга.

**5.4. Примерные темы презентаций**

Примерные темы презентаций полностью соответствуют примерным темам докладов

**5.5. Вопросы к экзамену**

1. Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг.
2. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования.
3. Антикризисный маркетинг.
4. Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга.
5. Формирование (проектирование) оргструктуры маркетинга.

6. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.
7. Определение спроса и доли рынка.
8. Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка.
9. Изучение потребителей.
10. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.
11. Анализ хозяйственного и продуктового портфелей.
12. Ситуационный анализ.
13. Метод SPACE-анализа.
14. Сценарный метод.
15. Анализ разрывов (GAP-анализ).
16. Анализ цепочек ценностей. ABC- и XYZ-анализ.
17. Сегментирование и позиционирование.
18. Общие концепции планирования маркетинга.
19. Особенности разработки планов маркетинга.
20. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.
21. Организация выполнения и контроль плана маркетинга.