

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Уварова Лиана Федоровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.12.2023 17:57:57
Уникальный программный ключ:
b6686bbd317ad5ad4cf9618504be1b55d4c225d407106f8746fee51f8322643a

**Частное образовательное учреждение
высшего образования
БАЛТИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
ИНСТИТУТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Б1.О.16 МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очно-заочная

Санкт-Петербург, 2022

Фонд оценочных средств составлен с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 № 59449.

Составитель: д-р экон.наук Исрафилов Н.Т.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры
15.06.2022 г., протокол №10

Одобрено учебно-методическим советом вуза
15.06.2022 г., протокол № 6.

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2 Определяет круг задач в рамках поставленной цели УК-2.3 Способен выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2 Способен обосновывать экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической теории ОПК-1.2 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) организационной теории ОПК-1.3 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) управленческой теории
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости

Текущий контроль студентов. При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре (практическом занятии) учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

Критерии оценивания студента на занятиях

Оценка	Критерии оценки
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.

3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

Промежуточная аттестация студентов. При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на вопросы теоретического характера и практического характера.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе;
- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов;
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно;
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану.

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается объем правильного решения.

Оценка знаний студента во время итогового контроля по дисциплине определяется его учебными достижениями в семестровый период, результатами рубежного контроля знаний и ответом на экзамене.

Знания умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Оценивание студента на экзамене

Оценка	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
2, неудовлетворительно	Студент при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала дисциплины. Не информирован или слабо разбирается в проблемах и / или не в состоянии наметить пути их решения. Не способен к критическому анализу и оценке современных научных достижений.
3, удовлетворительно	Студент при ответе демонстрирует знания только основного материала дисциплины, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает логическую последовательность в изложении. Фрагментарно разбирается в проблемах и не всегда в состоянии наметить пути их решения. Демонстрирует достаточно слабое владение критическим анализом и плохо оценивает современные научные достижения.
4, хорошо	Студент при ответе демонстрирует хорошее владение и использование знаний дисциплины, твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно трактует теоретические положения. Достаточно уверенно разбирается в проблемах, но не всегда в состоянии наметить пути их решения и критически проанализировать и оценить современные научные достижения.

Оценка	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
5, отлично	Студент при ответе демонстрирует глубокое и прочное владение и использование знаний дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, способен к критическому анализу и оценке современных научных достижений.

2. 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

1. (УК-2) Определите в рамках какой концепции маркетинга верно определение:

Данная маркетинговая концепция ориентируется на удовлетворение нужд потребителей с учетом интересов развития общества, трудовых коллективов и отдельных лиц. Предпосылками этой концепции послужили общемировые кризисы (экологический, технологический, энергетический).

Варианты ответа:

- 1) Социально-этической;
- 2) Производственно-товарной;
- 3) Сбытовой;
- 4) Потребительской.

2. (УК-2) Определить какую цель стратегии ценообразования преследует предприятие, при установлении низкого уровня цены

Варианты ответа:

- 1) Сбыт;
- 2) Качество;
- 3) Текущая прибыль.

3. (УК-2) Определите круг подходящих задач к достижению цели «Повышение прибыли в текущем периоде на 10%»

Варианты ответов:

- 1) Повышение удовлетворенности сотрудников предприятия;
- 2) Повышение цены на товар при условии его дифференциации;
- 3) Снижение издержек производства товара;
- 4) Развитие корпоративной культуры.

4. (УК-2) Выберите оптимальный способ достижения цели «Увеличение охвата целевой аудитории» при отборе, основанном на критерии «низкие затраты».

Варианты ответа:

- 1) обеспечить до 80% покрытие ключевых регионов продаж;
- 2) запустить имиджевую рекламу на телевидении;
- 3) использовать смс-рассылки целевой аудитории;
- 4) организовать представительский офис в одном из регионов охвата.

5. (УК-2) Выберите оптимальный способ вытеснения конкурента с рынка при учете правовых ограничений в условиях ограниченного ресурса времени.

Варианты ответа:

- 1) Увеличение объема продаж;
- 2) Ценовой демпинг;
- 3) Конкурентная борьба в СМИ;
- 4) Рекламный батл между вашей компанией и важнейшим конкурентом.

6. (УК-2) Выберите и назовите маркетинговый термин, оптимально подходящий под определение: «Потребности человека, подкрепленные покупательной способностью».

7. (УК-10) Примите решение, какая из последовательностей концепций маркетинга соответствует эволюции этих концепций.

Варианты ответа:

- 1) товарная концепция, производственная концепция, сбытовая концепция, потребительская концепция;
- 2) производственная концепция, сбытовая концепция, товарная концепция, потребительская концепция;
- 3) производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская концепция;
- 4) производственная концепция, сбытовая концепция, потребительская концепция, товарная концепция.

8. (УК-10) Решите какие из факторов НЕ относятся к элементам маркетинговой микросреды:

Варианты ответа:

- 1) законодательство, регулирующее экономическую и хозяйственную деятельность
- 2) покупатели;
- 3) поставщики;
- 4) контактные аудитории.

9. (УК-10) Решите какое из высказываний наиболее точно отражает суть определения понятия «целевой рынок»

Варианты ответа:

- 1) часть рынка, включающая группы потребителей продуктов, обладающие определенными сходными признаками и существенно отличающиеся от всех других групп и секторов рынка;
- 2) часть рынка, наиболее важная и перспективная, выбранная для маркетинговой деятельности фирмы;
- 3) рынок, состоящий из среднестатистических покупателей;
- 4) сегмент рынка, устойчивый по своим параметрам.

10. (УК-10) Примите обоснованное решение какое из предложенных высказываний соответствует стадии жизненного цикла товара «рост»?

Варианты ответа:

- 1) формируется ответная реакция конкурентов; рост объемов продаж изменчив и нестабилен; расходы на маркетинг стабилизируются; товар признан потребителем;
- 2) рынок расширяется; увеличиваются запасы готового товара у производителя; конкуренция становится интенсивной; темпы роста продаж замедляются;
- 3) объем продаж растет; наблюдается ориентация на готовность покупателей к совершению покупки товара, так как большая часть покупателей не осведомлена о товаре;
- 4) объем продаж сокращается; наблюдается излишек производственных мощностей; появляются товары-заменители; возможно слияние фирм.

11. (УК-10) Решите какие методы и технологии прямой рекламы используются для целей продвижения и продаж в Интернете?

Варианты ответа:

- 1) размещение ссылок на дружественные серверы и сайты, тематические серверы, «желтые страницы»;
- 2) размещение рекламы товара на сервере, рассылка электронных писем, участие в сетевых телеконференциях;
- 3) установка на сервере сведений о его архитектуре, установка электронных автоответчиков для диалога с каждым посетителем.

12. (УК-10) Примите решение какие приемы и средства по стимулированию потребителей можно отнести к программе продвижения товара или услуги...

Варианты ответа:

- 1) Сезонные скидки;
- 2) Предоставление дополнительного отпуска;
- 3) обучение и повышение квалификации;
- 4) конкурсы дилеров.

13. (УК-10) Примите решение, какая стратегия охвата рынка наиболее подходит в условиях однородности товаров фирмы, когда нет необходимости сегментировать рынок и анализировать потребности каждой группы покупателей.

14. (УК-10) Решите какие направления может включать стратегия вариации?

Варианты ответов:

- 1) Модификация качества товара;
- 2) Модификация функций товара;
- 3) Сохранение основного продукта;
- 4) Прогрессивная инновация продукта.

15. (ОПК-1) Кейс. На основе знаний **экономической, организационной и управленческой теории решите профессиональную задачу.**

ООО «Солнышко» запустило рекламу на радио своей компании. Затраты на рекламу составили 250 000 руб. Объем продаж увеличился на 20% и составил 600 000 штук. Цена изделия - 150 руб. Рентабельность рекламной акции составит ____% .

16. (ОПК-1) Кейс. На основе знаний **экономической, организационной и управленческой теории решите профессиональную задачу.**

Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб. **Прибыль от реализации всей партии товара составит _____ руб.**

17. (ОПК-1) Кейс. На основе знаний **экономической, организационной и управленческой теории решите профессиональную задачу.**

Фирма при реализации продукции ориентируется на определенный сегмент рынка. В этом сегменте емкость рынка составляет 50 млн. шт., доля фирмы составляет 12%. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1,1 млн. шт.

Определите, какую долю рынка будет занимать фирма при вышеуказанных условиях? Новая доля рынка компании составит ____ %

18. (ОПК-1) **На основе знания экономической теории и маркетинга определите каким характеристикам должна отвечать миссия организации?**

Варианты ответов:

- 1) устремлена в будущее, но не имеет временных определений;
- 2) имеет двойственную ориентацию: на внешнюю и внутреннюю среду организации;
- 3) имеет конкретное выражение результатов деятельности;
- 4) в основном количественно измерима.

19. (ОПК-1) Решить профессиональную задачу выбора базовой стратегии по Портеру при следующих условиях: товар стандартный и доступен каждому, многие на рынке его уже продают, у вас есть эксклюзивное право использования новой технологии его производства, позволяющей снижать себестоимость, вы используете эффект масштаба для снижения издержек.

В существующих условиях необходимо применить стратегию _____.

20. (ОПК-1) На основе знания организационной и управленческой теории и маркетинга решите как называется канал сбыта, если в нем присутствуют следующие участники: производитель, оптовик, розничный торговец, потребитель:

Варианты ответа:

- 1) Одноуровневый;
- 2) Двухуровневый;
- 3) Трехуровневый;
- 4) Нулевой.

21. (ОПК-1) На основе знания организационной и управленческой теории и маркетинга решите, что НЕ является элементом процесса маркетинговых коммуникаций:

Варианты ответа:

- 1) Предложение;
- 2) Сообщение;
- 3) Канал;
- 4) Коммуникант.

22. (ОПК-1) На основе знаний экономической, организационной и управленческой теории решите профессиональную задачу.

Объем продажи продукта X достиг 100 000 руб. Розничная цена составляет 50 руб. Эластичность спроса по цене равна 2. Цена снизилась на 6%. Общий объем продажи при данных условиях будет равен _____ руб.

23. (ОПК-1) На основе знания организационной и управленческой теории и маркетинга решите какой маркетинговый термин имеется ввиду?

Совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж называется...

24. (ОПК-3) Разработать решение, обосновывающее те компоненты динамичной внешней среды, которые в соответствии с концепцией М. Портера относятся к конкурирующим силам на товарных рынках .

Варианты ответов:

- 1) Поставщики;
- 2) Потребители;
- 3) Сопутствующие товары;
- 4) Товары-заменители;

- 5) Политические факторы;
- 6) Внутренняя маркетинговая информация.

25. (ОПК-3) Кейс. Компания занимается продажей подарочных косметических наборов. Выручка за последний год составила 250 000 руб. Распределение по месяцам было относительно равномерно. Цена товара в среднем за набор составляет 500 руб. Эластичность спроса по цене равна 1,5. Производитель решает поднять цену до 550 руб. за товар. Оцените последствия принятого решения. Выручка возрастет/снизится на _____ руб.

26. (ОПК-3) Какой метод используется для анализа общей динамичной окружающей среды, оказывающей влияние на конкурентоспособность компании? А также для оценки возможных последствий влияния внешней среды на маркетинговую деятельность фирмы?

- 1) методы качественного прогнозирования;
- 2) метод SWOT- анализа;
- 3) метод PEST – анализа;
- 4) экономический метод.

27. (ОПК-3) Обоснуйте организационно-экономическое решение о применении стратегии «снятия сливок». В каких условиях обосновано применение этой стратегии?

Варианты ответа:

- 1) Количество товара ограничено, товар является эксклюзивным;
- 2) На рынке существует достаточное количество товаров-заменителей;
- 3) Спрос на товар низкий, отсутствие достаточной степени информированности рынка о товаре;
- 4) Спрос высокий, достаточное количество товара на рынке.

28. (ОПК-3) Кейс. ОАО «Элита» реализует на рынке региона спортивную обувь собственного производства. В товарную номенклатуру предприятия входят следующие ассортиментные группы: обувь для бега и обувь для футбола. При этом в каждой ассортиментной группе потребителям представлены модели для профессионалов, модели для начинающих спортсменов, модели для любителей спорта, модели для широкого круга потребителей. Продажа спортивной обуви ОАО «Элита» осуществляется через специально отобранных посредников, имеющих квалифицированный торговый персонал и безупречную репутацию на рынке, что позволяет предприятию сохранять значительную степень контроля над сбытом. В последнее время ОАО «Элита» начало испытывать трудности с реализацией продукции, поскольку поставщик кожи для производства обуви значительно увеличил отпускные цены на сырье, что спровоцировало рост цен на конечную продукцию предприятия

В сложившейся ситуации следует принять решение:

- 1) Сменить поставщика;
- 2) Применить брендинг для увеличения ценности товара в глазах потребителей;
- 3) Выйти на новые рынки;
- 4) Перейти в премиум сегмент для реализации продукции.

29. (ОПК-3) Обоснуйте при каких условиях окружающей среды использование канала нулевого уровня невыгодно для товаропроизводителя:

Варианты ответа:

- 1) реализуемый товар имеет достаточно большой объем для прибыльного осуществления сбыта;
- 2) недостаточны знания о рынке и условиях работы на нем;
- 3) территориальная концентрация потенциальных потребителей высока при относительно небольшом их числе;

4) существует необходимость высокоспециализированного сервиса применительно к товару.

30. (ОПК-3) Примите решение какие стратегии применимы к следующему кейсу?

Компания ООО «Синий берег» занимается организацией круизов. Она располагает базой судов, на которых осуществляет пассажирские перевозки. Кроме того, последнее время появились новые направления организации круизов из России в Турцию, по новым направлениям по России, рассчитанные на премиум сегмент, т.к. путевки достаточно дорогостоящие. Помимо этого компания начинает разрабатывать сегмент грузовых перевозок по России, используя имеющиеся суда и в перспективе закупив грузовые. Определите какие стратегии по матрице Ансоффа использует компания?

Варианты ответов:

- 1) Развития товара;
- 2) Развития рынка;
- 3) Диверсификация;
- 4) Проникновение на рынок;
- 5) Низких цен;
- 6) Дифференциации.

КЛЮЧИ ОТВЕТОВ

1. 1
2. 1
3. 2, 3
4. 3
5. 2
6. спрос
7. 3
8. 1
9. 2
10. 1
11. 2
12. 1
13. массовый маркетинг
14. 1, 2
15. 7100
16. 15 000
17. 9,8
18. 1, 2
19. низких цен
20. 2
21. 1
22. 105 280
23. жизненный цикл товара
24. 1, 2, 4
25. снизится, 16 250
26. 3
27. 1
28. 1, 2
29. 2
30. 1, 2, 3

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Текущий контроль студентов. Текущий контроль студентов по дисциплине проводится в соответствии с Уставом, иными локальными нормативными актами ЧОУ ВО «Балтийский Гуманитарный Институт» и является обязательной.

Текущий контроль по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (тестирование по основным понятиям, закономерностям, положениям и т.д.);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (работа на практических занятиях);
- результаты самостоятельной работы (работа на практических занятиях, изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность студента на занятиях оценивается на основе выполненных студентом работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины. Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска.

Кроме того, оценивание студента проводится на рубежном контроле по дисциплине. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с Уставом, иными локальными нормативными актами ЧОУ ВО «Балтийский Гуманитарный Институт» и является обязательной.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с учебным планом в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты допускаются к экзамену в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями, указанными в рабочей программе дисциплины.

Экзамен принимает преподаватель, читавший лекционный курс.

Оценка знаний студента на экзамене определяется его учебными достижениями в семестровый период и результатами рубежного контроля знаний и ответом на экзамене.

Знания умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.