

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Маркетинг услуг

**Код модуля**  
1157363

**Модуль**  
Функциональный маркетинг

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Матушкина Ольга Евгеньевна	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	маркетинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Матушкина Ольга Евгеньевна, Доцент, маркетинга

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг услуг**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинг услуг**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-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	Д-1 - Демонстрировать социальную ответственность за принимаемые организационно-управленческие решения З-1 - Основные методы анализа внутренней и внешней среды организации П-1 - Опыт использования результатов анализа факторов внутренней и внешней среды и социальной значимости для обоснования организационно-управленческих решений У-1 - Осуществлять анализ факторов внутренней и внешней среды У-2 - Использовать результаты анализа факторов среды для разработки и реализации	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	организационно-управленческих решений	
--	---------------------------------------	--

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

#### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа</i>	7,15	50
<i>академическая активность</i>	7,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>домашняя работа</i>	7,16	50
<i>работа на занятиях</i>	7,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено</b>		
<b>Текущая аттестация на лабораторных занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		

Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

## 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

**Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням**

<b>Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)</b>				
<b>№ п/п</b>	<b>Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)</b>	<b>Шкала оценивания</b>		
		<b>Традиционная характеристика уровня</b>		<b>Качественная характеристика уровня</b>
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## **5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ**

### **5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля**

#### **5.1.1. Лекции**

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

#### **5.1.2. Практические/семинарские занятия**

Примерный перечень тем

1. Описать элементы моделей Джона Ратмелла. «Сервакшн»-модель (П.Эйглие и Е. Ланггарда) и модели Ф. Котлера для выбранного объекта исследования
2. Проанализировать стратегии маркетинга услуг по Ф. Котлеру
3. Составить классификационную карту выбранной услуги

4. Описать жизненный цикл выбранной услуги. Выбрать маркетинговые стратегии для каждого этапа ЖЦУ
  5. Проанализировать ассортимент основных и дополнительных услуг для выбранного объекта исследования
  6. Выбрать направления инновационного развития для выбранного объекта исследования в сфере услуг
  7. Ценообразование в сфере услуг для B2C рынка
  8. Ценообразование в сфере услуг для B2B рынка
  9. Проанализировать и оптимизировать каналы сбыта для выбранного объекта исследования
  10. Описать особенности маркетинг-микса в маркетинге услуг для выбранного объекта исследования
  11. Разработать и проанализировать процесс обслуживания в маркетинге услуг для выбранного объекта исследования
  12. Выбрать стратегию материализации обслуживания в маркетинге услуг
  13. Проанализировать выявить проблемы в комплексе внутреннего маркетинга для выбранного объекта исследования
  14. Выбрать конкурентную стратегию на рынке услуг для конкретного объекта исследования
  15. Оценить конкурентоспособность услуги данного объекта исследования
  16. Оценить уровень качественных характеристик конкретной услуги
  17. Оценить соответствие качественных характеристик конкретной услуги ожиданиям потребителей
- LMS-платформа – не предусмотрена

## **5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля**

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

### **Базовый**

#### **5.2.1. Контрольная работа**

Примерный перечень тем

1. Понятие услуги, ее отличие от продукта, имеющего материально-вещественную форму
2. Цели и задачи маркетинга услуг
3. Классификация услуг
4. Стратегические подходы по Ф. Котлеру
5. Функции маркетинга услуг
6. Принципы маркетинга услуг
7. Модели маркетинга услуг Д. Ратмела, П. Эйглие и Е. Лангеарда. Ф. Котлера
8. Пятиступенчатая модель маркетинга услуг
9. Закон четырех «Не»
10. Каналы восприятия потребителем маркетинговой среды услуги
11. Услуга как процесс. Классификация сервисных процессов

12. Маркетинговый комплекс - маркетинг-микс, 4Р-8Р. Особенности, связанные с маркетингом услуг

13. ЖЦУ. Этапы, их описание. Особенности жизненного цикла услуг

Примерные задания

1. Одна из основных целей маркетинга услуг:

- 1) постоянное расширение ассортимента услуг
- 2) совершенствование ценовой политики
- 3) эффективное управление всеми элементами маркетинга-микс
- 4) открытие как можно большего количества точек оказания услуг

2. В отличие от товара, услуга – это продукт:

- 1) не всегда выражающийся в материальной форме
- 2) имеющий более расширенный комплекс маркетинга
- 3) нуждающийся в дополнительных усилиях по его продвижению
- 4) обладающий уникальным торговым предложением

3. Одним из стратегических подходов по Ф. Котлеру является:

- 1) разработка программ предоставления услуг совместными силами нескольких предприятий сферы обслуживания
- 2) повышение надежности услуг, оказываемых потребителям, по времени, месту, качеству, цене и другим, наиболее существенным для потребителей свойствам услуг
- 3) эффективное функционирование службы маркетинга предприятия сферы услуг
- 4) формирование имиджа предприятия сферы услуг и общественного мнения по отношению к морально устаревшим услугам

4. Одной из основных задач маркетинга услуг является:

- 1) разработка программ предоставления услуг совместными силами нескольких предприятий сферы обслуживания
- 2) повышение надежности услуг, оказываемых потребителям, по времени, месту, качеству, цене и другим, наиболее существенным для потребителей свойствам услуг
- 3) эффективное функционирование службы маркетинга предприятия сферы услуг
- 4) формирование имиджа предприятия сферы услуг и общественного мнения по отношению к морально устаревшим услугам

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Составьте классификационную карту услуги
2. Выберите одну из моделей маркетинга услуг и опишите ее элементы для Вашего объекта исследования
3. Охарактеризуйте жизненный цикл Вашей услуги и разработайте стратегию продления ЖЦУ
4. Опишите внутренний маркетинг Вашего объекта исследования
5. Рассчитайте цену на Вашу услугу, пользуясь различными методами ценообразования
6. Оцените качество услуги



7. Оцените конкурентоспособность Вашей услуги

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

#### **5.3.1. Экзамен**

Список примерных вопросов

1. Понятие услуги, ее отличие от продукта, имеющего материально-вещественную форму
  2. Цели и задачи маркетинга услуг
  3. Классификация услуг
  4. Стратегические подходы по Ф. Котлеру
  5. Функции маркетинга услуг
  6. Принципы маркетинга услуг
  7. Модели маркетинга услуг Д. Ратмела, П. Эйглие и Е. Лангеарда. Ф. Котлера
  8. Пятиступенчатая модель маркетинга услуг
  9. Закон четырех «Не»
  10. Каналы восприятия потребителем маркетинговой среды услуги
  11. Услуга как процесс. Классификация сервисных процессов
  12. Маркетинговый комплекс - маркетинг-микс, 4Р-8Р. Особенности, связанные с маркетингом услуг
  13. ЖЦУ. Этапы, их описание. Особенности жизненного цикла услуг
  14. Управление жизненным циклом услуги: управление рабочей силой, прогнозирование и планирование продаж, управление организационными активами
  15. Управление жизненным циклом услуги: управление технологическими процессами
  16. Управление логистикой и закупками, управление качеством оказания услуги, управление контрактами
  17. Особенности рынка услуг
  18. Понятие и составляющие качества услуги
  19. Параметры и методы оценки качества услуг
  20. Конкуренция на рынке услуг: сущность, виды, методы и стратегии
  21. Методы оценки конкурентоспособности услуг
  22. Ассортимент на рынке услуг, цели, задачи
  23. Ассортимент и стадии ЖЦУ
  24. Сущность ценообразования на предприятии сферы услуг, цели, задачи
  25. Виды ценовых систем
  26. Процесс формирования цены на услугу
  27. Сущность и выбор метода ценообразования
  28. Методы оценки качества услуги
  29. Методы оценки конкурентоспособности услуги
- LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Формирование социально-значимых ценностей	деятельность по социальной и профессиональной адаптации в вузе	Технология образования в сотрудничестве	ПК-3	З-1 У-1 У-2 П-1 Д-1	Домашняя работа Контрольная работа Экзамен