

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Основы стратегии маркетинг-менеджмента

Код модуля
1157619

Модуль
Практики маркетинговой деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Усова Ольга Валерьевна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	маркетинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Усова Ольга Валерьевна, Доцент, маркетинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Основы стратегии маркетинг-менеджмента

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Основы стратегии маркетинг-менеджмента

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление 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-11 -Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	З-1 - Знать принципы целеполагания, виды и методы организационного маркетингового планирования П-1 - Владеть методами управления маркетинговой деятельностью организации У-1 - Уметь анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы для разработки маркетинговых стратегий и оценивать их влияние на маркетинговые программы	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

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

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	6,16	50
<i>академическая активность</i>	6,1	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	6,14	50
<i>работа на занятиях</i>	6,1	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
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

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристи ка уровня
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	Неудовлетворитель но (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. Сущность маркетинга и менеджмента
 2. Стратегии развития продуктового портфеля
 3. Базовые стратегии на существующих рынках
 4. Стратегии роста фирмы
 5. Стратегия конкурентной борьбы
- 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. Перечислите этапы маркетингового исследования конкурентной среды рынка.
2. Охарактеризуйте основные подходы к изучению конкурентов.
3. Назовите и дайте краткую характеристику основных этапов анализа деятельности конкурентов
4. Назовите основные цели и способы определения уровня конкурентоспособности предприятия на рынке.
5. Перечислите основные критерии и факторы оценки конкурентоспособности предприятия
6. Выделите направления, по которым фирма может достигать конкурентных преимуществ на рынке.
7. Укажите известные вам подходы к оценке конкурентоспособности предприятия.
8. аскройте сущность методов определения конкурентоспособности предприятия и конкурентного положения фирмы на рынке.
9. Раскройте экономическую сущность понятия «продуктовая сегментация». Назовите современные методы стратегического сегментирования рынка.
10. Перечислите и охарактеризуйте основные методы анализа привлекательности рынка
11. Дайте характеристику наиболее распространенных стратегий позиционирования товаров и фирм.
12. Охарактеризуйте методы реализации продукции косвенных каналов сбыта
13. Опишите стратегический подход к развитию собственной торговой сети предприятия.
14. Дайте характеристику стратегии «проталкивания» и стратегии «вытягивания» при реализации товаров.
15. Раскройте экономическую сущность системы интегрированных каналов распределения товаров.
16. Охарактеризуйте оперативный и стратегический маркетинговые планы предприятия.
17. Опишите типовую структуру плана маркетинга.
18. Назовите основные методы составления бюджета маркетинга.

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия
2. Разработка альтернативных стратегий предприятия
3. Стратегический подход к сегментации рынка и позиционирования товаров
4. Разработка плана маркетинга предприятия

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Понятие и сущность стратегического маркетинга
2. Концепции и функции стратегического маркетинга
3. Сущность и назначение стратегического плана предприятия
4. Организации процесса стратегического планирования на предприятии
5. Понятие и содержание миссии организации
6. Методы стратегического анализа в маркетинге
7. Этапы маркетингового исследования конкурентной среды рынка
8. Основные подходы к изучению деятельности конкурентов
9. Методы изучения и анализа деятельности конкурентов
10. Расчет и оценка основных показателей, отражающих конкурентное состояние рынка
11. Анализ и оценка конкурентоспособности собственного предприятия на рынке
12. Типы стратегического поведения предприятий на рынке
13. Основные модели стратегического поведения фирмы на рынке
14. Выбор типа хозяйственной стратегии предприятия
15. Планирование и прогнозирование деятельности предприятия
16. Характеристика и основные виды портфельных стратегий
17. Стратегический подход к сегментации рынка
18. Направления стратегического и оперативного управления ассортиментом
19. Анализ оптимальности структуры ассортимента предприятия
20. Товарные стратегии предприятия
21. Характеристика основных показателей ассортимента
22. Разработка ценовых стратегий предприятия
23. Характеристика основных видов ценовых стратегий
24. Стратегический подход к управлению сбытовой политикой фирмы
25. Характеристика системы интегрированных каналов распределения товаров
26. Мерчандайзинг в системе маркетинга
27. Разработка и управление коммуникационной политикой предприятия
28. Процесс разработки плана маркетинга предприятия
29. Структура и содержание плана маркетинга
30. Определение стратегических целей маркетинга
31. Механизм принятия маркетинговых стратегических решений
32. Оптимизация решений в управлении маркетингом
33. Совершенствование маркетингового механизма управления предприятием
34. Оценка эффективности мероприятий по совершенствованию процесса управления

маркетингом

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
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология проектного образования	ПК-11	З-1 У-1 П-1	Домашняя работа Контрольная работа