

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Аудит маркетинга

Код модуля
1150169

Модуль
Сервисное обеспечение проектной деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Котляревская Ирина Васильевна	доктор экономических наук, профессор	Заведующий кафедрой	маркетинга
2	Передерий Мария Витальевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Котляревская Ирина Васильевна, Заведующий кафедрой, маркетинга
- Передерий Мария Витальевна, Старший преподаватель, маркетинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Аудит маркетинга

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 Аудит маркетинга

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 руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков	З-1 - Знать современные техники и методики руководства проектной и процессной деятельностью в организации П-1 - Владеть навыками руководства проектной и процессной деятельностью с учетом использования лидерских и коммуникативных способностей У-1 - Уметь использовать современные практики управления проектной и процессной деятельностью в организации	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>	3,15	50
<i>академическая активность</i>	3,1	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>	3,18	50
<i>работа на занятиях</i>	3,1	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		

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 характеристика 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	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. Контроль маркетинга
 2. Стратегический контроль и аудит маркетинга
 3. Аудит маркетинговой среды
 4. Аудит стратегии маркетинга
 5. Аудит результативности маркетинга
 6. Аудит функциональных составляющих маркетинга
 7. Анализ результатов аудиторской проверки
 8. Подбор персонала для проведения аудита
- 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. Сущность и назначение аудита маркетинга
 2. Основные подходы к оценке эффективности маркетинга, базовые методы выявления ошибок и слабых сторон системы маркетинга компании
 3. Основные цели и задачи аудита маркетинга
 4. Планирование и организация самоаудита маркетинга
 5. Основные этапы процесса комплексного аудита маркетинга, сущность и назначение этапов
 6. Контроль процесса аудита маркетинга
 7. Основные методы проведения самоаудита маркетинга
 8. Основные источники информации при проведении аудита маркетинга
 9. Методы проведения аудита маркетинга: сущность, особенности, достоинства и недостатки
 10. Аудит внешней среды маркетинга предприятия
 11. Аудит внутренней среды маркетинга: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты
 12. Внешний и внутренний аудит (самоаудит маркетинга): сравнительный анализ достоинств и недостатков обоих подходов. Выбор подхода к проведению аудита: самостоятельно или с помощью сторонних организаций
 13. Ситуации, требующие проведения аудита маркетинга. Частичный и комплексный аудит маркетинга. Экспресс-аудит. Оценка целесообразности проведения комплексного аудита маркетинга
 14. Анализ современных методик стратегического анализа внешней среды маркетинга: SWOT-анализ, PEST-анализ
 15. Анализ современных методик анализа внутренней среды маркетинга: SNW-анализ, портфельный анализ, функционально-стоимостной анализ
 16. Стратегический анализ внутренней среды маркетинга: оценка устойчивости и рыночного потенциала компании, целей и ресурсов предприятия. Оценка действующей маркетинговой стратегии. Экспресс-анализ стратегии маркетинга и стратегического плана
 17. Методы анализа действующей организационной схемы управления маркетингом
 18. Основные методы совместного анализа результатов аудита внешней и внутренней среды маркетинга. Методика анализа по ключевым факторам успеха, модель RATER и др
 19. Разработка концепции (плана) аудита маркетинга: содержание документа, этапы планирования
 20. Разработка плана (концепции) аудита внешней среды
 21. Разработка процедуры и подбор источников информации для стратегического анализа
 22. Анализ результативности (эффективности) действующей системы маркетинга: базовые подходы и ключевые показатели
 23. Разработка форм представления результатов аудита маркетинга
 24. Разработка сетевого плана-графика проведения маркетингового аудита
- ## Примерные задания

1. Задачей контроля маркетинга на предприятии является...

- а) разработка организационной структуры службы маркетинга
- б) планирование маркетинговой деятельности

- в) создание систематической и объективной характеристики состояния маркетинговой деятельности предприятия
 - г) разработка системы контроллинга как концепции, функции и средства системного управления затратами и результатами предприятия
 - д) внесение изменений в стратегию и тактику поведения предприятия на рынке
2. Чем отличается горизонтальный аудит маркетинга от вертикального?
- а) продолжительностью
 - б) объективностью
 - в) объектом контроля
 - г) регулярностью
 - д) выбором аудитора
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Состояние и особенности развития аудита маркетинга на мировом рынке.
2. Оптимизация использования видов, средств, форм и методов аудита маркетинга
3. Разработка системы самоаудита маркетинга
4. Методы проведения аудита маркетинга: сущность, особенности, достоинства и недостатки
5. Аудит внешней среды маркетинга предприятия: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты
6. Аудит внутренней среды маркетинга: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты
7. Анализ современных методик стратегического анализа внешней среды маркетинга: SWOT-анализ, PEST-анализ.
8. Анализ современных методик анализа внутренней среды маркетинга: SNW-анализ, портфельный анализ, функционально-стоимостной анализ
9. Исследование методов анализа действующей организационной схемы управления маркетингом.
10. Исследование методов совместного анализа результатов аудита внешней и внутренней среды маркетинга. Методика анализа по ключевым факторам успеха, модель RATER

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 цель аудита
2. Этапы развития аудиторской деятельности
3. Системный аудит. Контроллинг и аудит маркетинга
4. Контроль маркетинга: задача и виды контроля маркетинга

5. Контроль за реализацией и анализ возможностей сбыта: цель и содержание
 6. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат: цель и содержание
 7. Стратегический контроль и аудит маркетинга: цель и содержание
 8. Источники информации для контроля
 9. Инспектирование маркетинговой деятельности предприятия
 10. Аудит маркетинга и его виды. Принципы аудиторских проверок
 11. Подготовка аудита. Разработка вопросника и бланка аудита. Структура вопросника. Типовой план проведения аудита и его структура
 12. Уровни контроля: предприятия в целом; подразделения маркетинга; внешний контроль. Задачи и особенности проведения
 13. Процесс контроля маркетинга и его стадии
 14. Основные задачи контроля маркетинга и содержание мероприятий по их решению. Закрытая и открытая система контроля маркетинга.
 15. Методы стратегического и оперативного анализа при осуществлении маркетинг-контроллинга. ABC-анализ, SWOT-анализ, портфельный анализ, GAR-анализ, маржинальный анализ и др
 16. Анализ макросреды
 17. Анализ микросреды.
 18. Аудит стратегии маркетинга
 19. Аудит организации службы маркетинга
 20. Аудит системы маркетинга.
 21. Аудит результативности маркетинга
 22. Аудит функциональных составляющих маркетинга
 23. Анализ результатов аудиторской проверки.
 24. Подбор персонала для проведения аудита.
 25. Техника проведения аудита.
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.