

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Основы маркетинга

Код модуля
1148419(1)

Модуль
Основы менеджмента

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Андреева Мария Евгеньевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	инноватики и интеллектуальной собственности
2	Шульгина Наталия Анатольевна		старший преподаватель	Инноваций и интеллектуальной собственности

Согласовано:

Управление образовательных программ

Т.Г. Комарова

Авторы:

- Андреева Мария Евгеньевна, Старший преподаватель, инноватики и интеллектуальной собственности
- Шульгина Наталия Анатольевна, старший преподаватель, Инноваций и интеллектуальной собственности

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Основы маркетинга

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	4	
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 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 осуществлять критический анализ и обобщение профессиональной информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг	З-4 - Сформулировать понятия и изложить основы маркетинга (цели, задачи, методы анализа и решений) для целей повышения конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и удовлетворения требований потребителей с учетом исходной информации на рынке П-4 - Проводить маркетинговый анализ для целей выбора оптимальных решений по повышению конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и удовлетворения требований потребителей как основного	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	принципа управления (менеджмента) качества организации У-4 - Искать и анализировать информацию для проведения маркетингового анализа организации, продукции (работ, услуг) и вырабатывать решения	
--	--	--

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>	4,15	100
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>	4,15	100
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 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. Отбор целевых рынков.
2. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
3. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.
4. Этапы разработки эффективной коммуникации.

Примерные задания

1. вступительное слово преподавателя по теме практики
2. коллективное обсуждение вопросов по теме
3. поиск информации по теме
4. индивидуальные доклады по теме
5. заключительное слово по теме

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. Сегментация рынка
2. Маркетинговая информация

Примерные задания

Компания Johnson & Johnson искала средство увеличить объемы продаж своего детского шампуня. Данные статистики и демографические прогнозы говорили о реальности угрозы уменьшения объемов его реализации в связи со снижением рождаемости. Маркетологи компании заметили, что детский шампунь нередко используют и другие члены семьи, и предложили рекламную кампанию, направленную на взрослых потребителей. Через некоторое время детский шампунь Johnson & Johnson стал ведущей маркой на рынке шампуней.

1. По каким критериям (основаниям) компания Johnson & Johnson произвела сегментацию рынка своего шампуня?
2. Какие значимые факторы Вы можете выделить для нового сегмента потребителей?
3. По каким показателям можно произвести дальнейшую сегментацию потребителей детского шампуня?

Фирма Sony утверждает, что никогда не занимается исследованиями рынка. Так что это – везение? Легендарный вице-президент компании Акио Морита, бывая за рубежом, не питался в дорогих ресторанах. Он предпочитал посещать дискотеки, музыкальные клубы и другие места, где отдыхала молодежь, т.е. основные клиенты Sony. Он разговаривал с молодыми людьми. Показывал им последние разработки компании, обсуждал новинки.

Говорят, что ему шили специальные костюмы, в которые незаметно могло уместиться до трёх портативных моделей продукции Sony. В Sony есть группа изучения потребительской удовлетворенности, куда входят социологи и психологию

1. Какие методы и способы сбора информации используются в компании Sony?

2. В чем плюсы и недостатки данного метода получения информации? Достаточно ли полученной информации для оценки будущего спроса, принятия решений по дальнейшей организации производства и продаж?

3. Если бы Вы разрабатывали маркетинговую систему контроля Sony, что бы Вы в неё включили? Почему?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Маркетинговое исследование объекта
2. Разработка маркетинговой информации по объекту
3. Позиционирование товара на рынке (на примере по выбору студента)

Примерные задания

1. Определить цель и задачи работы
2. Предоставить перечень источников информации по теме домашней работы;
3. Провести теоретический анализ темы работы
4. Привести практическую часть (или представить примеры) в соответствии с темой работы.

5. Сделать заключение по теме и достижению цели работы.

6. Оформить работу и сдать преподавателю

7. В случае необходимости внести изменения в соответствии с замечаниями преподавателя

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Анализ рыночных возможностей.
2. Отбор целевых рынков
3. Разработка комплекса маркетинга.
4. Разработка комплекса маркетинга.
5. Концепция системы маркетинговой информации.
6. Схема маркетингового исследования.
7. Основные факторы микросреды функционирования фирмы
8. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
9. Рынок товаров промышленного назначения.
10. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений.

11. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка

12. Позиционирование товара на рынке.

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	проектная деятельность учебно-исследовательская, научно-исследовательская предпринимательская деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология создания коллектива Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности Технология проектного образования Технология самостоятельной работы	ПК-3	З-4 У-4 П-4	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия