

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Основы управления маркетингом

Код модуля
1161951(1)

Модуль
Основы маркетинговой деятельности

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 Основы управления маркетингом

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 управления маркетингом

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-1 -Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) организационной и управленческой теории	З-1 - Знать основы организационной и управленческой теории П-1 - Владеть методами и инструментами организационно-управленческой теории для решения профессиональных задач У-1 - Уметь применять положения организационно-управленческой теории к решению профессиональных задач	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>	6,15	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>	6,17	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 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. Проанализировать этапы процесса управления маркетингом на конкретном предприятии.
2. Анализ рыночных возможностей.
3. Процесс отбора целевых рынков.
4. Выбор того или иного типа организационной структуры в зависимости от специфики функционирования предприятия.
5. Выбор того или иного типа организационной структуры в зависимости от особенностей продвижения его товара.
6. Использование процесса сегментирования и позиционирования для решения управленческих проблем компании

7. Анализ конкурентной среды.
8. Ресурсный анализ деятельности.
9. Управление процессом ценообразования на конкретном предприятии.
10. Выделение стратегических целей компании.
11. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
12. Разработка стратегический и тактический планы маркетинговой деятельности.
13. Методы определения затрат на маркетинговую деятельность компании.
14. Методы стратегического и оперативного контроля.
15. Контроль прибыльности и анализ затрат маркетинговой деятельности
16. Стратегический контроль и проведение ревизии маркетинговой стратегии.

Примерные задания

Выделить и описать управленческие проблемы микро и макросреда маркетинговой деятельности конкретного предприятия.

Анализ конкурентной среды.

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 «управление маркетингом» по Ф. Котлеру. Функции управления маркетингом на предприятии.
2. Управление маркетингом в системе общего менеджмента предприятия.
3. Этапы процесса управления маркетингом.
4. Анализ рыночных возможностей. Процесс отбора целевых рынков.
5. Маркетинг, как комплекс управленческих решений.
6. Организационные структуры управления маркетингом на предприятии: функциональная, рыночная, товарная и др. Достоинства и недостатки различных организационных структур на предприятии.
7. Выбор того или иного типа организационной структуры в зависимости от специфики функционирования предприятия, особенностей продвижения его товара.
8. Цели и задачи анализа маркетинговой деятельности.
9. Микро и макросреда анализа маркетинговой деятельности.
10. Анализ конкурентной среды.

Примерные задания

- 1) Объектом конкуренции являются:
 1. товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя
 2. фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели
 3. потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка
 4. группа потребителей, входящих в один сегмент рынка

2) Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

1. продажная цена товара и полезный эффект от его использования
2. издержки производства и сбыта
3. полезный эффект и цена потребления
4. потребительская новизна товара

3) Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

1. регрессивная вертикальная интеграция
2. прогрессивная вертикальная интеграция
3. горизонтальная интеграция
4. дополняющая диверсификация

4) Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

1. М. Портер
2. А. Литл
3. Ф. Котлер
4. И. Ансофф

5) Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии: {

1. увеличивают размеры своей фирмы
2. стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота
3. уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия
4. ни один ответ не является верным

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Проанализировать соответствует ли существующий тип организационной структуры специфики функционирования предприятия, особенностям продвижения его товара.
2. Проанализировать управленческие процессы для каждого из элементов комплекса маркетинга.
3. Спрогнозировать основные показатели комплекса маркетинга.
4. Разработать план контрольно-ревизионных мероприятий.

Примерные задания

Тематика домашнего задания позволяет проанализировать работу конкретного предприятия (у каждого студента свое предприятие) по выбранной проблеме. На защите готовится презентация и доклад.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Понятие «управление маркетингом» по Ф. Котлеру. Функции управления маркетингом на предприятии.
2. Управление маркетингом в системе общего менеджмента предприятия.
3. Этапы процесса управления маркетингом.
4. Анализ рыночных возможностей. Процесс отбора целевых рынков.
5. Маркетинг, как комплекс управленческих решений.
6. Организационные структуры управления маркетингом на предприятии: функциональная, рыночная, товарная и др. Достоинства и недостатки различных организационных структур на предприятии.
7. Выбор того или иного типа организационной структуры в зависимости от специфики функционирования предприятия, особенностей продвижения его товара.
8. Цели и задачи анализа маркетинговой деятельности.
9. Микро и макросреда анализа маркетинговой деятельности.
10. Анализ конкурентной среды.
11. Ресурсный анализ деятельности.
12. Анализ товарной политики.
13. Анализ ценовой политики.
14. Анализ сбытовой политики.
15. Стратегические цели и прогнозирование сбыта.
16. Стратегический и оперативный маркетинг
17. Стратегический и тактический планы маркетинговой деятельности.
18. Маркетинговая программа.
19. Методы определения затрат на маркетинг.
20. Оценка состоятельности маркетинговой программы.
21. Понятие, задачи и стадии маркетингового контроля.
22. Стратегический и оперативный контроль.
23. Контроль прибыльности и анализ затрат маркетинговой деятельности. Объекты маркетингового контроля.
24. Разработка плана совершенствования маркетинговой стратегии предприятия и оценка затрат на его реализацию.
25. Классификация и оценка рисков маркетинговой деятельности

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	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1	П-1	Домашняя работа Зачет Контрольная работа
-----------------------------	--	---	------	-----	--