

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 10:28:38
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиала) СКФУ
М.В. Мартыненко

«_____» _____ 2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
по дисциплине

«Маркетинг»

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Форма обучения
Год начала обучения
Реализуется в 6 семестре

38.03.02 Менеджмент
Управление бизнесом
очно-заочная
2022

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг» студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Управление бизнесом») очно-заочная форма обучения.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Маркетинг»
3. Разработчик: Коваленко А.А., доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления
4. Проведена экспертиза ФОС.
Члены экспертной группы:

Председатель Штапова И.С. – заведующий кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления.

Члены комиссии:

Жуковская Н.П. – доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления;

Куликова Е.А. - доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления.

Представитель организации-работодателя: Мельников Игорь Юрьевич, генеральный директор ООО «Мелисса», г. Пятигорск

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует образовательной программе по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленность (профиль) «Управление бизнесом» и рекомендуется для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

«_____» _____ 2022 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код оцениваемой компетенции, индикатора (ов)	Этап формирования компетенции (№ темы)	Средства и технологии оценки	Вид контроля, аттестация (текущий/промежуточный)	Тип контроля (устный, письменный или с использованием технических средств)	Наименование оценочного средства
ИД -1 ОПК-4 ИД-5 ПК-7 ИД-2 ПК-9	1-6	Собеседование	текущий	устный	Вопросы для собеседования
ИД -1 ОПК-4 ИД-5 ПК-7 ИД-2 ПК-9	1,3	круглый стол	текущий	устный	Перечень дискуссионных тем для круглого стола
ИД -1 ОПК-4 ИД-5 ПК-7 ИД-2 ПК-9	1-6	Контрольная работа	текущий	письменный	Комплект заданий для контрольной работы
ИД -1 ОПК-4 ИД-5 ПК-7 ИД-2 ПК-9	1-6	Экзамен	Промежуточный (Экзамен)	устный	Вопросы к экзамену

2. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенции(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ОПК-4				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;	Не способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций; Не способен	Не совсем способен корректно выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;	В целом способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-	Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций; Способен оценить рыночные возможности и разработать различные

	виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента		менеджмента	виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента
Компетенция ПК-7				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> <i>ИД-1</i> Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий;	Не способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; Не способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента	Не совсем корректно способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий	В целом способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента	Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; Способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022				

Компетенция ПК-9				
Индикатор: ИД-2 Способен осуществлять планирование новых направлений предпринимательской деятельности и конкурентных преимуществ в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана	Не способен осуществлять планирование новых направлений предпринимательской деятельности и конкурентных преимуществ в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; Не способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента	Не совсем корректно способен осуществлять планирование новых направлений предпринимательской деятельности и конкурентных преимуществ в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана;	В целом способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента	Способен осуществлять планирование новых направлений предпринимательской деятельности и конкурентных преимуществ в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; Способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Описание документа
Рейтинговая оценка знаний студента очно-заочной формы обучения не предусмотрена.
3. Типовые контрольные задания и иные материалы, характеризующие этапы

формирования компетенций

Вопросы к экзамену

Вопросы (задача, задание) для проверки уровня обученности

1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.
2. Маркетинг как концепция рыночного управления
3. Принципы и функции современного маркетинга
4. Цели и основные задачи маркетинга
5. Виды маркетинга
6. Основные концепции маркетинга
7. Система маркетинговых исследований.
8. Алгоритм проведения маркетинговых исследований
9. Сегментация рынка.
10. Понятие и виды маркетинговых исследований.
11. Определение типа требуемой информации и источников ее получения.
12. Виды и критерии сегментации рынка.
13. Целевой сегмент рынка.
14. Конкурентная среда.
15. Товар в маркетинговой деятельности.
16. Общая характеристика товара
17. Классификация товаров
18. Упаковка и маркировка продукции
19. Товарный знак и его сущность
20. Подход к этапам жизненного цикла товара
21. Особенности ценообразования в маркетинге.
22. Сущность и роль ценовой политики
23. Цены в условиях конкуренции
24. Классификация цен
25. Постановка задач ценообразования
26. Порядок ценообразования.
27. Продвижение и сбыт продукции.
28. Маркетинговые коммуникации.
29. Понятие и сущность сбытовой деятельности
30. Каналы сбыта
31. Выбор торгового посредника
32. Понятие, функции и средства рекламы
33. Виды рекламы
34. Понятие и сущность PR
35. Функции и методы PR
36. Маркетинговый контроль.
37. Международный маркетинг.
38. Задачи контроля маркетинговой деятельности
39. Контроль за реализацией и анализ возможностей сбыта
40. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства
41. Особенности международного маркетинга
42. Организация и проведение деятельности предприятия в сфере международного маркетинга

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, использует полученные знания. Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на среднем уровне, использует полученные знания в профессиональной деятельности. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на минимальном уровне. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на низком уровне, со значительными пробелами; он непоследовательно излагает материал, испытывая значительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 не сформированы, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются два вопроса и практическое задание.

Для подготовки по билету отводится 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования калькулятором,

справочными таблицами.
При подготовке к ответу на задания/задачи, оцениваются последовательность и
Владелец: Татьяна Александровна Шебзухова
студентом.
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Предлагаемое студенту задание позволяет проверить компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

При проверке задания оцениваются уровень проработки проблематики, в рамках которой будет выполнено задание, оригинальность выводов и предложений, грамотность и логика разработки.

Вопросы для собеседования

Тема 2. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка.

1. Понятие и виды маркетинговых исследований.
2. Определение типа требуемой информации и источников ее получения.
3. Виды и критерии сегментации рынка.
4. Целевой сегмент рынка.
5. Конкурентная среда.

Тема 4. Особенности ценообразования в маркетинге.

1. Сущность и роль ценовой политики
2. Цены в условиях конкуренции
3. Классификация цен
4. Постановка задач ценообразования
5. Порядок ценообразования.

Тема 5. Продвижение и сбыт продукции. Маркетинговые коммуникации.

1. Понятие и сущность сбытовой деятельности
2. Каналы сбыта
3. Выбор торгового посредника
4. Понятие, функции и средства рекламы
5. Виды рекламы
6. Понятие и сущность PR
7. Функции и методы PR

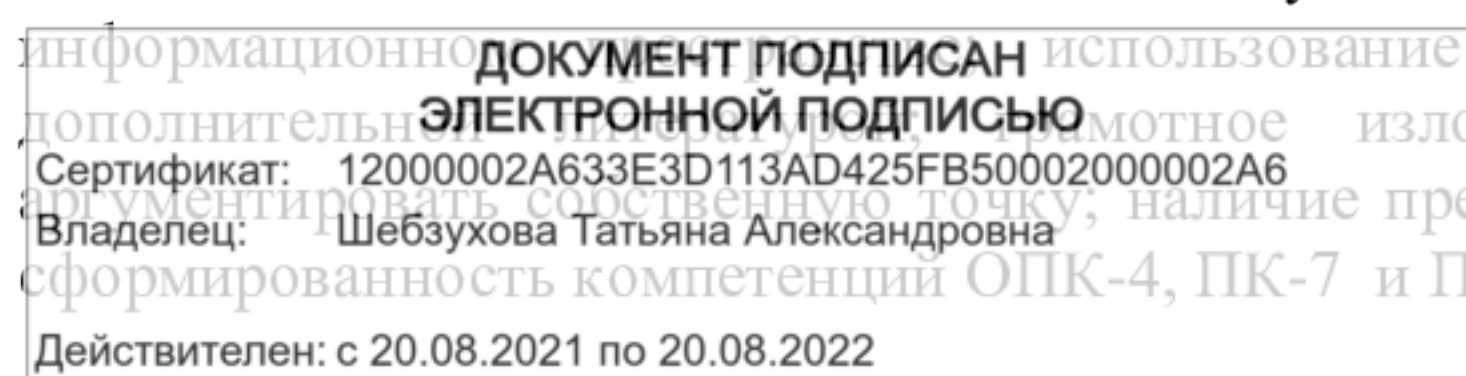
Тема 6. Маркетинговый контроль. Международный маркетинг.

1. Задачи контроля маркетинговой деятельности
2. Контроль за реализацией и анализ возможностей сбыта
3. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства
4. Особенности международного маркетинга
5. Организация и управление деятельностью предприятия в сфере международного маркетинга

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если при проведении собеседования студент показал наличие глубоких исчерпывающих знаний по изучаемой проблематике; умение ориентироваться в информационном пространстве; использование и усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой; грамотное и логически стройное изложение материала при ответе; умение в полной мере аргументировать собственную точку; наличие презентации. При этом отражается высокая сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если при проведении собеседования студент показал наличие достаточных знаний по изучаемой проблематике; умение ориентироваться в информационном пространстве; использование и усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой; грамотное и логически стройное изложение материала при ответе; попытки аргументировать собственную точку; наличие презентации. При этом отражается достаточная сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.



Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если при проведении собеседования студент показал наличие поверхностных знаний по изучаемой проблематике; умение ориентироваться в информационном пространстве; использование и усвоение основной литературой; грамотное изложение материала при ответе с отдельными недочетами и ошибками; отсутствие умения в полной мере аргументировать собственную точку. При этом отражается низкая сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если при проведении собеседования студент показал отсутствие знаний по изучаемой проблематике; неумение ориентироваться в информационном пространстве; поверхностное усвоение основной литературы; отсутствие умения в полной мере аргументировать собственную точку. При этом сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 не отражается.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя собеседование по отдельным темам курса. Собеседование проводится во время практического занятия, вопросы к собеседованию выдаются заранее, чтобы у студента была возможность подготовиться к процедуре данной оценки знаний.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо ознакомиться с конспектом лекций, дополнительной литературой и/или информационными источниками. Как правило, у студента есть возможность для подготовки в течение одной-двух недель после окончания изучения темы (тем) курса.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования презентационным материалом, вырезками из журналов (газет), если таковые использовались при подготовке к собеседованию.

При проверке задания, оцениваются:

- наличие глубоких исчерпывающих знаний по изучаемой проблематике;
- умение ориентироваться в информационном пространстве;
- использование и усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- грамотное и логически стройное изложение материала при ответе;
- умение в полной мере аргументировать собственную точку.

Если при ответе используется презентационный материал, оценивается:

- своевременность выполнения задания;
- соответствие проекта теме задания;
- раскрытие основных аспектов темы в презентации;
- оформление презентации;
- согласованность доклада и презентационных форм.

Пример оценочного листа

Оценочный лист (ФИО студента) по собеседованию

Темы	Критерии оценки				Итого
	Изложен материала	Усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой	Аргументация собственной точки зрения	Наличие презентации	
Тема 2	ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022				
Тема 4					
Тема 5					
Тема 6					

Перечень дискуссионных тем круглого стола

Тема 1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции.

1. Маркетинг как концепция рыночного управления
2. Принципы и функции современного маркетинга
3. Цели и основные задачи маркетинга
4. Виды маркетинга
5. Основные концепции маркетинга

Тема 3. Товар в маркетинговой деятельности.

1. Общая характеристика товара
2. Классификация товаров
3. Упаковка и маркировка продукции
4. Товарный знак и его сущность
5. Подход к этапам жизненного цикла товара

1. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, использует полученные знания. Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание дискуссионной темы круглого стола освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на среднем уровне, использует полученные знания в профессиональной деятельности. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание дискуссионной темы круглого стола освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на минимальном уровне. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если содержание дискуссионной темы круглого стола освоено на низком уровне, со значительными пробелами; он непоследовательно излагает материал, испытывая значительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 освоены на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, с которыми в процессе дискуссии, компетенции ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 не сформированы.

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине Маркетинг

Вариант контрольной работы выбирается из перечня вопросов контрольных работ в соответствии с последней и цифрой студенческого билета.

Вариант №1

1. Разработка маркетинговой информационной системы на предприятии.
2. Мерчендайзинг в современной организации.
3. Оцените перспективы развития и факторы, влияющие на состояние развития рынка России (на примере определенного товара по выбору студента).
4. Составьте план рекламной кампании для организации (по выбору студента).

Вариант № 2

1. Сегментирование рынка сбыта продукции предприятия
2. Маркетинговые исследования рынка
3. Рассмотрите товары организации на примере матрицы «Бостонской консалтинговой группы» (по выбору студента).
4. На конкретном примере определите фирменный стиль для организации.

Вариант № 3

1. Основные аспекты конкурентоспособности организаций в современных рыночных условиях.
2. Создание служб маркетинга на предприятиях.
3. На примере конкретной организации разработайте маркетинговую стратегию развития.
4. Разработайте план маркетинговой коммуникационной политики для конкретного предприятия (по выбору студента).

Вариант № 4

1. Сегментирование рынка.
2. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия.
3. Проанализируйте основные модели покупательского поведения.
4. На конкретном примере оцените конкурентоспособность организации (по выбору студента).

Вариант № 5

1. Оптовая и розничная торговля.
2. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга.
3. На конкретном примере рассмотрите процесс принятия решения о покупке.
4. Составьте план входа организации на новый рынок.

Вариант № 6

1. Анализ рыночных возможностей предприятия.
2. Маркетинговая коммуникационная политика.
3. Составьте план рекламной кампании для определенного товара (по выбору студента).

4. Рассмотрите каждую стадию жизненного цикла товара предприятия (на конкретном примере).

студент	
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН	
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

Вариант №7

1. Ценообразование в маркетинге.
2. Мерчендайзинг в современной организации.
3. Оцените перспективы развития и факторы, влияющие на состояние развития рынка России (на примере определенного товара по выбору студента).
4. Составьте план рекламной кампании для организации (по выбору студента).

Вариант № 8

1. Эволюция маркетинга и современные концепции маркетинговой деятельности.
2. Конкурентоспособность и качество товара в системе маркетинга.
3. Рассмотрите товары организации на примере матрицы «Бостонской консалтинговой группы» (по выбору студента).
4. На конкретном примере определите фирменный стиль для организации.

Вариант № 9

1. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
2. Исследование товарных рынков.
3. Приведите примеры ассортиментной группы, товарной единицы, товарной номенклатуры.
4. Разработайте анкету изучения спроса покупателей (на примере конкретного товара).

Вариант № 10

1. Основные этапы развития маркетинга.
2. Особенности международного маркетинга.
3. Определите основные стратегии ценообразования для товаров предприятия (на конкретном примере по выбору студента).
4. Разработайте конкурентное досье организации.

Вариант № 11

1. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
2. Планирование и контроль маркетинговой деятельности.
3. На конкретном примере рассмотрите маркетинговые стратегии, используемые современными организациями.
4. Составьте маркетинговую программу для предприятия (на выбор студента).

Вариант № 12

1. Исследование форм стимулирования сбыта.
2. Рекламная кампания.
3. На конкретном примере рассмотрите ценовую политику предприятия (по выбору студента).
4. Определите фирменный стиль предприятия (по выбору студента).

Вариант № 13

1. Управление маркетингом.
2. Разработка маркетинговой коммуникационной политики предприятия
3. Проанализируйте основные элементы розничной цены товара (на конкретном примере по выбору студента).

4. Составьте план рекламной кампании для конкретной организации.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Вариант № 14

1. Маркетинговая деятельность известных отечественных и зарубежных организаций.

2. Изучение каналов распространения рекламной информации
3. Предложите структуру маркетинговой службы для предприятия (по выбору студента).
4. Составьте конъюнктурный обзор рынка товара (по выбору студента).

Вариант № 15

1. Исследование товарных рынков.
2. Разработка маркетинговой коммуникационной политики предприятия
3. Расскажите о товаре по замыслу, товаре в реальном исполнении и товаре с подкреплением (обязательно приведите примеры).
4. Составьте конъюнктурный обзор рынка товаров (на выбор студента).

Вариант № 16

1. Обоснование маркетинговой стратегии предприятия.
2. Позиционирование предприятий в современных условиях хозяйствования
3. Рассмотрите основные элементы ценовой политики предприятия (на конкретном примере).
4. Разработайте план стимулирования сбыта товаров для предприятия (по выбору студента).

Вариант № 17

1. Маркетинговая деятельность известных отечественных и зарубежных организаций.
2. Изучение каналов распространения рекламной информации
3. Предложите структуру маркетинговой службы для предприятия (по выбору студента).
4. Составьте конъюнктурный обзор рынка товара (по выбору студента).

Вариант № 18

1. Основные этапы развития маркетинга.
2. Мерчендайзинг в современной организации.
3. Оцените перспективы развития и факторы, влияющие на состояние развития рынка России (на примере определенного товара по выбору студента).
4. Разработайте план маркетинговых коммуникаций для предприятия (по выбору студента).

Вариант № 19

1. Позиционирование товара.
2. Маркетинговые исследования.
3. Рассмотрите товары организации на примере матрицы «Бостонской консалтинговой группы» (по выбору студента).
4. На конкретном примере определите фирменный стиль для организации.

Вариант № 20

1. Исследование конкурентоспособности фирмы.
2. Маркетинговая информационная система.
3. Приведите примеры ассортиментной группы, товарной единицы, товарной номенклатуры.

4. Разработайте план стимулирования спроса покупателей (на примере конкретного товара).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Вариант № 21

1. Формирование бренда предприятия.
2. Особенности международного маркетинга.
3. Определите основные стратегии ценообразования для товаров предприятия (на конкретном примере по выбору студента).
4. Разработайте конкурентное досье организации.

Вариант № 22

1. Разработка маркетинговой стратегии предприятия.
2. Методы распространения товаров.
3. Рассмотрите основные элементы ценовой политики предприятия (на конкретном примере).
4. Разработайте план стимулирования сбыта товаров для предприятия (по выбору студента).

Вариант № 23

1. Ценообразование в маркетинге.
2. Создание служб маркетинга на предприятиях.
3. На примере конкретной организации разработайте маркетинговую стратегию развития.
4. Разработайте план маркетинговой коммуникационной политики для конкретного предприятия (по выбору студента).

Вариант №24

1. Рынок организаций: сущность, особенности.
2. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия.
3. Проанализируйте основные модели покупательского поведения.
4. На конкретном примере оцените конкурентоспособность организации (по выбору студента).

Вариант № 25

1. Анализ рыночных возможностей предприятия.
2. Контроль в маркетинге.
3. Проанализируйте основные элементы розничной цены товара (на конкретном примере по выбору студента).
4. Составьте план рекламной кампании для конкретной организации.

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту за полные ответы на все вопросы с включением в содержание ответа лекции преподавателя, материала учебников и дополнительной литературы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту за полный ответ на вопросы в объеме лекции преподавателя или ответ с включением в содержание материала учебника, дополнительной литературы, но с незначительными неточностями.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за ответ, в котором освещены в полном объеме один из двух вопросов или освещены все вопросы более чем наполовину, включая главное в содержании.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, за ответ, в котором освещен в полном объеме один из двух вопросов, или освещены менее половины требуемого материала

С Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя самостоятельную подготовку контрольной работы и выступление с докладом на практическом занятии.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ОПК-4; ПК-7; ПК-9.

Изложенное понимание контрольной работы как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Литература необходимая для выполнения основных заданий контрольной работы:

Основная литература:

1. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов/ И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>
2. Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В. Маркетинг. Учебное пособие. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. – 380 с. ISBN 978-5-7638-3849-7

Дополнительная литература:

1. Зюзина Н.Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учеб. пособие / Н.Н. Зюзина. –Липецк: Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019. – 77с.ISBN 978-5-88247-925-0
2. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — 978-5-9729-0178-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69015.html>
3. Старикова М.С. Маркетинг: учебное пособие /М.С. Старикова, Т.Н. Пономарева, М.В. Дадалова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2019. –322с

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru/> (Университетская библиотека онлайн)
 2. <http://www.economicus.ru/> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
 3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
- Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

4. Оценочные листы

№ п/п	ФИО студента	Новизна текста	Степень раскрытия сущности вопроса	Обоснованность выбора источников:	Соблюдение требований к оформлению	Итоговый балл

Составитель _____ А.А. Коваленко

« ____ » _____ 20 ____ г.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Паспорт фонда тестовых заданий

№ п/п	Проверяемые темы дисциплины	Проверяемые компетенции, индикаторы	Количество тестовых заданий, шт.			
			Базовый уровень	Повышенный уровень		
			тип теста	тип теста		
			зф	оф	ус	пп
1	1-6	ИД -1 ОПК-4 ИД-5 ПК-7 ИД-2 ПК-9	5	5	0	0

- Соотнесите понятия «маркетинг» и «продажа»:
 - маркетинг предшествует продаже
 - маркетинг имеет место в момент продажи
 - маркетинг имеет место после продажи
 - маркетинг как предшествует продаже, так и имеет место в процессе продажи
- Что является объектом изучения маркетолога в первую очередь
 - каналы сбыта
 - потребительские свойства товаров и услуг
 - нужды и потребности потребителя, а также способы влияния на них
 - потенциал коммерческой организации и рынка
- Для какого предприятия целесообразна региональная структура маркетинга
 - выпускающего продукцию, покупаемую во многих областях страны, в каждой из которых целесообразно учитывать специфику потребления этой продукции
 - производящего дорогую продукцию производственно-технического назначения
 - изготавливающего и продающего продукцию массового спроса
 - выпускающего продукцию широкой номенклатуры
- Какое из указанных определений соответствует маркетинговому пониманию рынка:
 - рынок - это население данного региона
 - рынок - это совокупность потребителей с аналогичным спросом и схожими потребностями
 - рынок - это совокупность существующих и потенциальных покупателей
 - рынок - это совокупность потребителей, которые имеют финансовые возможности для удовлетворения своих потребностей
- Какая характеристика услуги связана с состоянием спроса?
 - неосвязаемость
 - неотделимость от источника
 - несохраняемость
 - непостоянство качества
 - отсутствие владения
- С точки зрения маркетинга товар – это:
 - результат исследований, разработок и производства
 - продукт, предназначенный для продажи
 - все, что способствует удовлетворению потребностей потребителей

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

7. Оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы, производимой фирмой, или одного конкретного товара, выпускаемой ею - это:
- товарный знак
 - логотип
 - фирменный блок
 - фирменный слоган
8. Совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности - это:
- качество товара
 - конкурентоспособность товара
 - конкурентное преимущество товара
 - фирменный стиль товара
9. Стимулирующий маркетинг применяется:
- при отрицательном спросе
 - скрытом спросе
 - отсутствии спроса
 - нерациональном спросе
10. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:
- изучение товара
 - изучение рынка
 - изучение покупателей
 - изучение конкурентов

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 90-100% правильных ответов. При этом отражается высокая сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 70-89% правильных ответов. При этом отражается достаточная сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 50-69% правильных ответов. При этом отражается низкая сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 0-49% правильных ответов. При этом сформированность компетенций ОПК-4, ПК-7 и ПК-9 не отражается.

2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ		Определяется следующим образом:	
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6	Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)	
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022			100

Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя ответ на тестовые задания.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить сформированность компетенций: ОПК-4, ПК-7 и ПК-9.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо: изучить лекционный материал, рекомендуемую в рабочей программе литературу, Интернет-источники.

4. Оценочные листы

№ п/п	ФИО студента	№ вопроса теста										Итоговый балл
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ключ к тесту												
№ вопроса		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Правильный ответ		г	в	а	в	в	в	б	а	в	б	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОБ АПРОБАЦИИ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

по дисциплине (модулю) «Маркетинг», разработанного по направлению подготовки/специальность 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Автор разработки: доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления, к.э.н., доцент Коваленко А.А.

Апробация проводилась кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления в 2021 - 2022 учебном году.

Для апробации предоставлены следующие элементы УМК:

- 1) рабочая программа дисциплины;
- 2) фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине;
- 3) курс лекций;
- 4) методические указания по выполнению практических работ, по организации и проведению самостоятельной работы.

Контроль за формированием данного УМК осуществлялся на всех этапах его разработки.

На заседании экспертной группы (Штапова И.С. – заведующий кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления; Жуковская Н.П. – доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления; Куликова Е.А. - доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления; Мельников Игорь Юрьевич, генеральный директор ООО «Мелисса», г. Пятигорск) проведена:

(перечислить членов экспертной группы)

1. Оценка результатов экспертного заключения на учебно-методические материалы:

- соответствие содержания учебного материала ФГОС ВО и рабочей программе дисциплины (модуля)/практики _____
содержание учебного материала полностью соответствует ФГОС ВО и рабочей программе дисциплины;
- модульность – учебный модуль выступает единой структурной единицей УМК (при наличии модуля) _____
дисциплина выступает единой структурной единицей УМК;
- соответствие объема учебного материала количеству учебных часов _____
объем учебного материала соответствует количеству учебных часов;
- логичность, стиль и последовательность изложения материала _____
материал изложен логически последовательно, грамотно; охватывает теоретические аспекты, эмпирические данные, исследовательский блок;
- научный и методический уровень материала _____
учебный материал является обобщением академической литературы и научных исследований;
- наличие методического аппарата (обобщений, выводов, вопросов, заданий и т.п.) _____
приведены теоретический базис, практические задания, тестовые задания, разноуровневые задачи, вопросы для самопроверки;

– наличие	ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
	ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	пр. Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен:	с 20.08.2021 по 20.08.2022

- наличие электронного контента УМК, обеспечение электронными учебно-методическими материалами всех видов учебных занятий и учебной и внеаудиторной деятельности
- основной материал дисциплины выложен в электронной образовательной среде на платформе LMS Moodle, что обеспечивает студентам доступ к электронным учебно-методическим материалам по всем видам учебных занятий и внеаудиторной деятельности;
- доступность и полнота методических указаний _____
методические указания изложены доступным языком, имеют необходимые пояснения;
- качество иллюстративного материала (рисунков, схем, чертежей) и его соответствие изучаемому предмету (при наличии) _____
в лекционном материале и практических заданиях представлено множество рисунков и иллюстративного материала, оформленного в соответствии с предъявляемыми требованиями и полностью соответствующего содержанию дисциплины;

Выводы:

Учебно-методический комплекс имеет стройную логичную внутреннюю структуру, представлен всеми необходимыми компонентами, материал изложен логично, грамотно, по существу. Методические материалы охватывают все темы дисциплины. Практические задания предполагают выполнение заданий репродуктивного, реконструктивного и творческого уровней. Имеются тесты и вопросы для самопроверки.

(аргументировать достоинства и недостатки предоставленных материалов).

1. Оценка содержания **фонд оценочных средств**:

- соответствие форм и методов контроля дескрипторам компетенций
формы и методы контроля соответствуют дескрипторам компетенций;
- наличие и правильность эталонов ответов _____
соответствуют требованиям;
- соответствие общего количества заданий для контроля содержанию программы и объему учебного материала _____
общее количество заданий для контроля полностью соответствует содержанию программы и объему учебного материала;
- наличие использования различных типов и видов заданий _____
имеются практические задачи, тестовые задания, разноуровневые задачи, вопросы для самопроверки;
- наличие согласований с работодателем _____
на учебно-методический комплекс имеется положительный отзыв работодателя;

Выводы:

Учебно-методический комплекс полностью соответствует Положению об учебно-методическом обеспечении образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет», представлен всеми необходимыми компонентами, материал изложен логично, грамотно, по существу.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Обобщенное экспертное заключение по итогам апробации УМК:

Учебно-методический комплекс рекомендуется к использованию в учебном процессе.

(Общие выводы о качестве и эффективности УМК рекомендовать к использованию, необходима доработка или переработка, отклонить)

Экспертная группа



Штапова И.С.



Жуковская Н.П.



Куликова Е.А.

« ____ » _____ 2022 г.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022