

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проверки уровня сформированности компетенций по дисциплине «Маркетинг» студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Управление бизнесом») очная и 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 проверки уровня сформированности компетенций.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ОПК-4</i> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций				
<p>Результаты обучения по дисциплине (модулю):</p> <p><i>Индикатор:</i> ИД-1 ОП_{к-4}</p> <p>Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;</p>	<p>Не способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;</p> <p>Не способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>	<p>Не совсем корректно способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;</p>	<p>В целом способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>	<p>Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;</p> <p>Способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>
<i>Компетенция ПК-7</i> Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; консалтинга; стратегического и тактического планирования и организации производства				

<p>Результаты обучения по дисциплине (модулю):</p> <p><i>Индикатор:</i> <i>ИД-5 ПК-7</i></p> <p>Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий;</p>	<p>Не способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий;</p> <p>Не способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>	<p>Не совсем корректно способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий</p>	<p>В целом способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>	<p>Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий;</p> <p>Способен оценить рыночные возможности и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента</p>
--	---	--	---	---

Компетенция ПК-9 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес решения

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

	возможно-сти и разработать различные виды бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-менеджмента		менеджмента	бизнес-плана на основе оценки условий осуществления предпринимательской деятельности и отдельных направлений риск-
--	---	--	-------------	--

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения очная семестр 4, Форма обучения очно-заочная, семестр 4	
1.		Под маркетингом традиционно понимается: а) методология предпринимательской деятельности б) система рыночных исследований в) система управления предприятием г) раздел экономической теории	ИД-1 ОПК-4
2.		Соотнесите понятия «маркетинг» и «продажа»: а) маркетинг предшествует продаже б) маркетинг имеет место в момент продажи в) маркетинг имеет место после продажи г) маркетинг как предшествует продаже, так и имеет место в процессе продажи	ИД-1 ОПК-4
3.		Что является объектом изучения маркетолога в первую очередь а) каналы сбыта б) потребительские свойства товаров и услуг в) нужды и потребности потребителя, а также способы влияния на них г) потенциал коммерческой организации и рынка	ИД-1 ОПК-4
4.		Запрос- это: а) нужда в конкретном виде продукции б) потребность в товаре в) потребность, подкрепленная покупательской способностью	ИД-1 ОПК-4
5.		Произвожу то, что нужно потребителю - основная идея концепции а) совершенствования производства б) совершенствования товара в) традиционного маркетинга г) интенсификации коммерческих усилий д) совершенствования товара	ИД-1 ОПК-4
6.		Виды маркетинга	ИД-1 ОПК-4

7.		Критерии классификации маркетинговых исследований	ИД-1 ОПК-4
8.		Виды рекламы	ИД-1 ОПК-4
9.		Типы сегментации рынка	ИД-1 ОПК-4
10.		Типология цен	ИД-1 ОПК-4
11.		Жизненный цикл товара	ИД-1 ОПК-4
12.		Задачи ценообразования	ИД-1 ОПК-4
13.		Методы PR	ИД-1 ОПК-4
14.		Основные концепции	ИД-1 ОПК-4
15.		Контроль маркетинговой деятельности	ИД-1 ОПК-4
16.		Задачи маркетинга	ИД-1 ОПК-4
17.		Источники получения маркетинговой информации	ИД-1 ОПК-4
18.		Каналы сбыта	ИД-1 ОПК-4
19.		Конкурентная среда	ИД-1 ОПК-4
20.		Логотип	ИД-1 ОПК-4
21.		<p>Удовлетворение потребностей потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия - это основная цель концепции:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) социально-этического маркетинга b) совершенствования производства c) интенсификации коммерческих усилий d) маркетинга взаимодействия e) совершенствования товара 	ИД-5 ПК-7
22.		<p>Какое из указанных определений соответствует маркетинговому пониманию рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) рынок - это население данного региона b) рынок - это совокупность потребителей с аналогичным спросом и схожими потребностями c) рынок - это совокупность существующих и потенциальных покупателей d) рынок - это совокупность потребителей, которые имеют финансовые возможности для удовлетворения своих потребностей 	ИД-5 ПК-7
23.		<p>Маркетинг по определению Ф. Котлера - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) коммерческие усилия по сбыту товара b) вид деятельности в сфере оптовой и розничной торговли 	ИД-5 ПК-7

		<ul style="list-style-type: none"> с) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена d) вид деятельности по производству и размещению рекламы 	
24.		<p>Что является главным в определении маркетинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) сбыт товара b) снижение издержек производства c) удовлетворение потребностей потребителей d) становление цены товара 	ИД-5 ПК-7
25.		<p>Оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы, производимой фирмой, или одного конкретного товара, выпускаемой ею - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) товарный знак b) логотип c) фирменный блок d) фирменный слоган 	ИД-5 ПК-7
26.		Контроль как функция маркетинга	ИД-5 ПК-7
27.		Критерии сегментации рынка	ИД-5 ПК-7
28.		Маркетинговые коммуникации	ИД-5 ПК-7
29.		Маркетинговый контроль	ИД-5 ПК-7
30.		Международный маркетинг	ИД-5 ПК-7
31.		Функции цены	ИД-5 ПК-7
32.		Методы ценовой политики	ИД-5 ПК-7
33.		Ярмарки и выставки	ИД-5 ПК-7
34.		Понятие и сущность маркетинга	ИД-5 ПК-7
35.		Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций	ИД-5 ПК-7
36.		Ценовые стратегии	ИД-5 ПК-7
37.		Порядок ценообразования	ИД-5 ПК-7
38.		Принципы маркетинга	ИД-5 ПК-7
39.		Продвижение продукции	ИД-5 ПК-7
40.		Стимулирование сбыта	ИД-5 ПК-7
41.		Совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности - это:	ИД-2 ПК-9

		<ul style="list-style-type: none"> a) качество товара b) конкурентоспособность товара c) конкурентное преимущество товара d) фирменный стиль товара 	
42.		Позиционирование рынка представляет собой <ul style="list-style-type: none"> a) определение места для своего товара в ряду аналогов b) сегментирование рынка c) широкомасштабная рекламная кампания 	ИД-2 ПК-9
43.		Емкость рынка имеет два уровня: <ul style="list-style-type: none"> a) потенциальный и реальный b) общий и частный c) фактический и прогнозный d) достигнутый и плановый 	ИД-2 ПК-9
44.		Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы <ul style="list-style-type: none"> a) недифференцированный маркетинг b) дифференцированный маркетинг c) массовый маркетинг d) концентрированный маркетинг e) интегрированный маркетинг 	ИД-2 ПК-9
45.		Различают следующие уровни товара: <ul style="list-style-type: none"> a) новый и модифицированный b) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением c) товар с упаковкой; товар без упаковки d) второй сорт, первый сорт, высший сорт 	ИД-2 ПК-9
46.		Выбор предприятием определенной динамики изменения исходной цены товара, направленный на получение наибольшей прибыли - это: <ul style="list-style-type: none"> a) ценовая политика b) ценовая стратегия c) ценовая категория d) метод ценообразования 	ИД-2 ПК-9
47.		Сбытовая политика	ИД-2 ПК-9
48.		Сегментация рынка	ИД-2 ПК-9

49.		Система маркетинговых исследований	ИД-2 ПК-9
50.		Средства рекламы	ИД-2 ПК-9
51.		Товар в маркетинговой деятельности	ИД-2 ПК-9
52.		Товарный знак	ИД-2 ПК-9
53.		Торговые посредники	ИД-2 ПК-9
54.		Упаковка и маркировка продукции	ИД-2 ПК-9
55.		Уровни товара	ИД-2 ПК-9
56.		Функции рекламы	ИД-2 ПК-9
57.		Функции PR	ИД-2 ПК-9
58.		Основные функции маркетинга	ИД-2 ПК-9
59.		Целевой сегмент рынка	ИД-2 ПК-9
60.		Цели маркетинга	ИД-2 ПК-9

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата очно-заочной формы обучения.

3. 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 ИД-1 ОПК-4, ИД-5 ПК-7 и ИД-2 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 ИД-1 ОПК-4, ИД-5 ПК-7 и ИД-2 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 ИД-1 ОПК-4, ИД-5 ПК-7 и ИД-2 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 ИД-1 ОПК-4, ИД-5 ПК-7 и ИД-2 ПК-9 не сфор-

мированы, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.