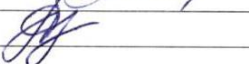


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2017 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Маркетинг

Направление подготовки/ специальность	38.03.01 Экономика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика		
Специализация	Экономика предприятий и организаций		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	4		

Директор ШИП		А.А. Осадченко
Руководитель ООП		Г.А. Барышева
Преподаватель		Т.С. Селевич

2020 г.

1. Роль дисциплины «Маркетинг» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Код результата освоения ООП	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
					Код	Наименование
Маркетинг	3	УК(У)-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Р2 Р3 Р8 Р10 Р13	УК(У)-2.В4	Владеет способностью проводить экономический анализ и диагностику деятельности предприятия и его подразделений
					УК(У)-2.У4	Умеет проводить обработку экономических данных, связанных с профессиональной задачей
					УК(У)-2.33	Знает базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных
		ОПК(У)-3	Способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Р6 Р7 Р8 Р9 Р10	ОПК(У)-3.В3	Владеет методами проектирования и реструктуризации основных бизнес-процессов организации. принципами разработки конкурентных стратегий компании
					ОПК(У)-3.У4	Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения
					ОПК(У)-3.32	Знает типовые методики построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на разных уровнях
		ПК(У)-1	Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Р6 Р7 Р12 Р13	ПК(У)-1.В2	Способен осуществлять сбор данных по заданной проблеме с учетом специфики деятельности хозяйствующих субъектов
					ПК(У)-1.У1	Умеет осуществлять поиск необходимой информации, проводить ее анализ и отбор для проведения расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
					ПК(У)-1.32	Знает методы сбора и обработки учетной, статистической и отчетной информации
		ПК(У)-3	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Р6 Р13 Р14 Р15	ПК(У)-3.В2	Владеет способами сбора аналитической информации и представления результатов работы в области профессиональной деятельности в соответствии с принятыми в организации стандартами
					ПК(У)-3.У1	Умеет выполнять расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
					ПК(У)-3.31	Знает особенности проведения расчетов для составления экономических разделов планов в разных экономических субъектах

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			

РД-1	Определять задачи в области маркетинговой деятельности и решать их, исходя из поставленной цели	УК(У)-2	Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга Раздел 4. Товарная политика Раздел 7. Политика продвижения Раздел 6. Политика распределения Раздел 5. Политика ценообразования	Кейс-задание, курсовая работа
РД-2	Применять инструменты и методы рыночных исследований	ОПК(У)-3	Раздел 2. Предмет маркетингового анализа	Задание, курсовая работа
РД-3	Осуществлять сбор и анализ исходных данных о потребителях и конкурентах	ПК(У)-1	Раздел 3. Сегментирование и позиционирование	Задание, курсовая работа
РД-4	Выполнять расчеты в рамках анализа рынка	ПК(У)-3	Раздел 8. Управление маркетингом	Задание, курсовая работа

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности
70% ÷ 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности
55% ÷ 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности
0% ÷ 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзамен, балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	18 ÷ 20	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	14 ÷ 17	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	11 ÷ 13	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	0 ÷ 10	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий и дифференцированного зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности
70% ÷ 89%	70 ÷ 89	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности
55% ÷ 69%	55 ÷ 69	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям
55% ÷ 100%	55 ÷ 100	«Зачтено»	Результаты обучения соответствуют минимально достаточным требованиям
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Не зачтено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Кейс-задание	Вопросы: 1. Сбытовая концепция маркетинга 2. Анализ конкурентоспособности товара 3. Государственное регулирование цен 4. Разработка системы сбыта для предприятия 5. Разработка модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для предприятия
2.	Задание	Вопросы: 1. PEST-анализ 2. Построение карты позиционирования 3. Расчет эффективности маркетинговых мероприятий
4.	Защита курсовой работы	Тематика работ: 1. Формирование маркетинговой стратегии предприятия 2. Разработка стратегии позиционирования предприятия 3. Проектирование комплекса маркетинга предприятия Вопросы к защите: 1. Обосновать выбор маркетинговой стратегии предприятия 2. Обосновать разработанную стратегию позиционирования предприятия 3. Аргументировать взаимосвязь инструментов комплекса маркетинга предприятия
5.	Экзамен	Вопросы на экзамен: 1. Понятие маркетинга и история его возникновения; 2. Эволюция концепций маркетинга; 3. Цели, задачи и принципы маркетинга;

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		4. Функции маркетинга и его инструменты (комплекс маркетинга); 5. Виды маркетинга; 6. Роль маркетинговой деятельности на предприятии; 7. Структура отдела маркетинга и его функции; 8. Содержание и цели маркетингового анализа; 9. Исследование маркетинговой макросреды; 10. Анализ экономических факторов маркетинговой среды. 11. Анализ социальных факторов маркетинговой среды. 12. Анализ политико-правовых факторов маркетинговой среды. 13. Анализ экологических факторов маркетинговой среды. 14. Анализ технологических факторов маркетинговой среды. 15. Исследование маркетинговой микросреды; 16. Анализ поставщиков как субъекта маркетинговой среды. 17. Анализ предприятия как субъекта маркетинговой среды. 18. Анализ конкурентов как субъекта маркетинговой среды. 19. Анализ посредников как субъекта маркетинговой среды. 20. Анализ потребителей как субъекта маркетинговой среды. 21. Анализ контактных аудиторий как субъекта маркетинговой среды. 22. PEST-анализ 23. Понятие товара, три уровня его существования; 24. Классификация товаров; 25. Концепция жизненного цикла товара; 26. Процесс разработки продуктового портфеля предприятия; 27. Понятие качества продукта; 28. Сертификация, аккредитация, стандартизация 29. Анализ конкурентоспособности товара. 30. Понятие нового товара. 31. Этапы создания нового товара. Концепция параллельной разработки 32. Разработка и реализация концепции нового товара. 33. Классификация потребителей по отношению к новому товару 34. Формирование торговой марки и брендинг; 35. Причины успехов и неудач при продвижении нового товара. 36. Уровни товарной иерархии; 37. Решения о товарном ассортименте; 38. Решения о товарной номенклатуре. 39. SWOT-анализ 40. Внешние факторы ценообразования 41. Внутренние факторы ценообразования 42. Методы ценообразования 43. Стратегии ценообразования 44. Стратегии позиционирования цены 45. Тактика ценообразования 46. Понятие распределения товаров (сбыт, дистрибуция) 47. Прямое распределение товаров 48. Косвенное распределение товаров

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		49. Маркетинговые системы распределения 50. Понятие товародвижения 51. Система маркетинговых коммуникаций

5. Методические указания по процедуре оценивания

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
1.	Кейс-задание	Студентам выдается актуальный кейс с сформулированной проблемной ситуацией в области маркетинга. Дается время на мозговой штурм в командах. Далее команды представляют свое решение. Оценивается аргументированность решения, опора на данные кейса, соответствие теории маркетинга и креативность решения.			
2.	Задание	Студентам выдается задание по соответствующему вопросу теории на основе модели предприятия. Дается время на представление решения задания. Оценивается аргументированность решения, опора на исходные данные, соответствие теории маркетинга и креативность решения.			
3.	Выполнение курсовой работы	Подготовленная курсовая работа подписывается студентом и представляется преподавателю на проверку в установленные календарным рейтингом планом курсовой работы сроки. Проверка курсовых работ преподавателем осуществляется в течение трех дней после сдачи.			
		Критерии оценивания выполнения курсовой работы			
		Критерий	6 - 10 баллов	2 - 5 баллов	0 - 1 балл
		1. Степень теоретической обоснованности исследования	В работе представлен достаточный для освещения темы теоретический анализ проблемы, рассмотрены современные (не старше 10 лет) источники, обзор литературы снабжён ссылками и выводами	В работе проведен теоретический анализ с опорой только на работы, относящиеся преимущественно к одному узкому теоретическому/исследовательскому подходу без соотнесения с другими теориями, с современными подходами	В работе теоретический анализ как таковой не проводился, теоретический обзор производит ощущение недостаточного
		2. Качество расчетов, интерпретация данных и обоснованность выводов	При вычислении расчетных разделов курсовой работы прописан алгоритм вычисления, полученные результаты описаны и проинтерпретированы, выводы обоснованы. Расчеты выполнены верно.	При вычислении расчетных разделов курсовой работы не прописан алгоритм вычисления, полученные результаты описаны не полностью, выводы обоснованы. Расчеты выполнены частично верно.	При вычислении расчетных разделов курсовой работы не прописан алгоритм вычисления, полученные результаты не интерпретированы, отсутствуют выводы. В расчетах есть ошибки.
3.	Текст работы изложен	В тексте работы встречаются	Расчетные разделы работы		

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания											
		Последовательность и логичность изложения материала	понятно и логично, существует связь между расчетными разделами курсовой работы	нарушения логических последовательностей	представляют собой несвязанные части работы								
		4. Оценка оформления и грамотности	Работа распечатана на принтере и соответствует требованиям по оформлению курсовых работ ТПУ, оформлены ссылки на используемые источники и цитаты, формулировки корректны с точки зрения русского языка	Работа распечатана на принтере и соответствует требованиям по оформлению курсовых работ ТПУ, частично оформлены ссылки на используемые источники, отсутствуют орфографические и стилистические ошибки	Работа распечатана на принтере с нарушением требований к оформлению курсовых работ ТПУ, отсутствуют ссылки на используемые источники, в работе много орфографических и стилистических ошибок.								
		Преподаватель оценивает выполнение курсовой работы и соответствие календарному рейтинг плану по 40-балльной системе. Курсовая работа считается выполненной, а студент получает допуск к защите при получении 22 баллов, на титульном листе преподаватель делает отметку «К защите», проставляет набранное количество баллов и ставит подпись. Если в результате проверки студент получает меньшую сумму баллов, то работа возвращается студенту для доработки или переделки. Замечания преподаватель в письменном виде представляет студенту. На титульном листе делается отметка «Доработать» или «Переделать».											
4.	Защита курсовой работы	Формой текущего контроля является защита курсовой работы, что позволяет выявить степень сформированности профессионального мышления студентов и освоенности программного материала в процессе самостоятельной работы над курсовой работой. Для защиты курсовой работы автор должен представить презентацию, в которой освещены все основные результаты курсовой работы: анализ рынка, анализ комплекса маркетинга предприятия и проектирование его стратегии. Защита курсовой работы состоит из двух этапов: краткое сообщение (2-3 минуты) о сущности и результатах работы, которое проходит на основе заранее подготовленного доклада и предполагает свободное владение темой исследования и ответы на вопросы. Преподаватель может задавать по три вопроса по каждому разделу курсовой работы. Также преподаватель может задавать уточняющие и дополнительные вопросы. Критерии оценивания защиты курсовой работы <table><tr><td>Критерий</td><td>11 - 20 баллов</td><td>4 - 10 баллов</td><td>0 - 3 баллов</td></tr><tr><td>1. Соответствие содержания доклада и</td><td>Содержание доклада соответствует заявленной</td><td>Содержание доклада, не в полной мере раскрывает заявленную тему,</td><td>Содержание доклада не соответствует заявленной</td></tr></table>				Критерий	11 - 20 баллов	4 - 10 баллов	0 - 3 баллов	1. Соответствие содержания доклада и	Содержание доклада соответствует заявленной	Содержание доклада, не в полной мере раскрывает заявленную тему,	Содержание доклада не соответствует заявленной
Критерий	11 - 20 баллов	4 - 10 баллов	0 - 3 баллов										
1. Соответствие содержания доклада и	Содержание доклада соответствует заявленной	Содержание доклада, не в полной мере раскрывает заявленную тему,	Содержание доклада не соответствует заявленной										

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
		степень владения заявленной темой исследования	теме и в полной мере её раскрывает, студент демонстрирует свободное владение темой	студент испытывает затруднения при докладе	теме, студент не способен передать основные этапы при написании работы
		2. Навыки проведения расчетов и оценка полученных результатов	Студент может рассказать алгоритм вычисления, демонстрирует формулы для вычисления и расчеты, может интерпретировать полученные результаты, понимает и демонстрирует взаимосвязь рассчитанных показателей.	Студент может рассказать алгоритм вычисления, испытывает затруднения при демонстрации формул для вычисления и расчетов, может интерпретировать полученные результаты, испытывает затруднения при демонстрации взаимосвязи рассчитанных показателей.	Студент испытывает затруднения или не может рассказать алгоритм вычисления, испытывает затруднения при демонстрации формул для вычисления и расчетов, не может интерпретировать полученные результаты, не понимает взаимосвязи рассчитанных показателей
		3. Ответы на вопросы преподавателя	Студент свободно отвечает на все вопросы, демонстрирует свободной владение по каждому разделу курсовой работы и понимает взаимосвязь этих разделов.	Студент испытывает затруднения при ответе на все вопросы, дает полные ответы с помощью наводящих вопросов, демонстрирует свободной владение по каждому разделу курсовой работы и понимает взаимосвязь этих разделов.	Студент испытывает затруднения при ответе на все вопросы, не может дать ответ наводящих вопросов, не понимает взаимосвязи полученных показателей.
		Преподаватель оценивает защиту курсовой работы и соответствие календарному рейтинг плану по 60-балльной системе. Защита курсовой работы считается выполненной, а студент получает итоговую оценку по курсовой работе при получении 33 баллов, на титульном листе преподаватель ставит баллы за защиту, а также сумму баллов (выполнение работы+защита). Если в результате защиты студент получает меньшую сумму баллов, то студент приходит на защиту повторно в часы консультаций преподавателя. Итоговая оценка за курсовую работу рассчитывается на основе полученной суммы баллов за выполнение курсовой работы и баллов, набранных при защите согласно календарному рейтинг плану дисциплины.			
5.	Экзамен	Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды оценочных мероприятий. Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать 55 баллов и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий. Экзамен проводится с помощью компьютерного итогового тестирования по всем разделам изучаемой дисциплины.			

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
		Процедура экзамена реализована через МУДЛ. Проверка и оценивание – автоматические. Максимальный балл за экзамен 20 баллов. Итоговая оценка за семестр рассчитывается на основе полученной суммы баллов в результате текущего контроля, и баллов, набранных при заключительном контроле знаний на экзамене.