

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**ПРИЕМ 2016 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ** заочная

**Маркетинг**

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

Директор ШИП  
Руководитель ООП  
Преподаватель

|                                                                                      |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
|   | А.А. Осадченко |
|  | Г.А. Барышева  |
|  | 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       | ОК(У)-3         | Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности                                                                                               | P1                          | ОК(У)-3.B2                                                  | Владеет опытом анализа социально-экономических показатели                                                                                                                                                     |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P2                          |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P8                          | ОК(У)-3.Y4                                                  | Умеет обрабатывать экономические данные, связанные с профессиональными задачами                                                                                                                               |
|                                                               |         | ОПК(У)-3        | Способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы | P12                         | ОК(У)-3.35                                                  | Знает базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных                                                                                                                        |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P14                         |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P6                          | ОПК(У)-3.B3                                                 | Владеет методами проектирования и реструктуризации основных бизнес-процессов организации. принципами разработки конкурентных стратегий компании                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P7                          |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P8                          | ОПК(У)-3.Y4                                                 | Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения                                                                                                              |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P9                          |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P10                         | ОПК(У)-3.32                                                 | Знает типовые методики построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на разных уровнях                                                  |
| Маркетинг                                                     | 3       | ПК(У)-1         | Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов   | P6                          | ПК(У)-1.B2                                                  | Способен осуществлять сбор данных по заданной проблеме с учетом специфики деятельности хозяйствующих субъектов                                                                                                |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P7                          |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P12                         | ПК(У)-1.Y1                                                  | Умеет осуществлять поиск необходимой информации, проводить ее анализ и отбор для проведения расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов |
|                                                               |         | ПК(У)-3         | Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты                                                          | P13                         | ПК(У)-1.32                                                  | Знает методы сбора и обработки учетной, статистической и отчетной информации                                                                                                                                  |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P14                         |                                                             |                                                                                                                                                                                                               |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          | P15                         | ПК(У)-3.B2                                                  | Владеет способами сбора аналитической информации и представления результатов работы в области профессиональной деятельности в соответствии с принятыми в организации стандартами                              |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                                                                                          |                             | ПК(У)-3.Y1                                                  | Умеет выполнять расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами                                                                                |

| Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА) | Семестр | Код компетенции | Наименование компетенции                                    | Код результата освоения ООП | Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций) |                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------|---------|-----------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               |         |                 |                                                             |                             | Код                                                         | Наименование                                                                                                         |
|                                                               |         |                 | 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 | ОК(У)-3                                       | Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга<br>Раздел 4. Товарная политика<br>Раздел 7. Политика продвижения<br>Раздел 6. Политика распределения<br>Раздел 5. Политика ценообразования | Кейс-задание                              |
| РД-2                                          | Применять инструменты и методы рыночных исследований                                            | ОПК(У)-3                                      | Раздел 2. Предмет маркетингового анализа                                                                                                                                                       | Задание                                   |
| РД-3                                          | Осуществлять сбор и анализ исходных данных о потребителях и конкурентах                         | ПК(У)-1                                       | Раздел 3. Сегментирование и позиционирование                                                                                                                                                   | Задание                                   |
| РД-4                                          | Выполнять расчеты в рамках анализа рынка                                                        | ПК(У)-3                                       | Раздел 8. Управление маркетингом                                                                                                                                                               | Задание                                   |

## 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%                    | 36 ÷ 40       | «Отлично»                        | Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности |
| 70% ÷ 89%                     | 28 ÷ 35       | «Хорошо»                         | Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности                 |
| 55% ÷ 69%                     | 22 ÷ 27       | «Удовл.»                         | Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности             |
| 0% ÷ 54%                      | 0 ÷ 21        | «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 знаний, 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:<br>1. Сбытовая концепция маркетинга<br>2. Анализ конкурентоспособности товара<br>3. Государственное регулирование цен<br>4. Разработка системы сбыта для предприятия<br>5. Разработка модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для предприятия |
| 2. | Задание                | Вопросы:<br>1. PEST-анализ<br>2. Построение карты позиционирования<br>3. Разработка маркетинговой и конкурентной стратегии предприятия»                                                                                                                          |
| 4. | Защита курсовой работы | Тематика курсовых работ:<br>1. Формирование маркетинговой стратегии предприятия<br>2. Разработка стратегии позиционирования предприятия<br>3. Проектирование комплекса маркетинга предприятия                                                                    |

|    | Оценочные мероприятия | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                       | <p>Вопросы к защите:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обосновать выбор маркетинговой стратегии предприятия</li> <li>2. Обосновать разработанную стратегию позиционирования предприятия</li> <li>3. Аргументировать взаимосвязь инструментов комплекса маркетинга предприятия</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5. | Экзамен               | <p>Вопросы на экзамен:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие маркетинга и история его возникновения;</li> <li>2. Эволюция концепций маркетинга;</li> <li>3. Цели, задачи и принципы маркетинга;</li> <li>4. Функции маркетинга и его инструменты (комплекс маркетинга);</li> <li>5. Виды маркетинга;</li> <li>6. Роль маркетинговой деятельности на предприятии;</li> <li>7. Структура отдела маркетинга и его функции;</li> <li>8. Содержание и цели маркетингового анализа;</li> <li>9. Исследование маркетинговой макросреды;</li> <li>10. Анализ экономических факторов маркетинговой среды.</li> <li>11. Анализ социальных факторов маркетинговой среды.</li> <li>12. Анализ политико-правовых факторов маркетинговой среды.</li> <li>13. Анализ экологических факторов маркетинговой среды.</li> <li>14. Анализ технологических факторов маркетинговой среды.</li> <li>15. Исследование маркетинговой микросреды;</li> <li>16. Анализ поставщиков как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>17. Анализ предприятия как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>18. Анализ конкурентов как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>19. Анализ посредников как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>20. Анализ потребителей как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>21. Анализ контактных аудиторий как субъекта маркетинговой среды.</li> <li>22. PEST-анализ</li> <li>23. Понятие товара, три уровня его существования;</li> <li>24. Классификация товаров;</li> <li>25. Концепция жизненного цикла товара;</li> <li>26. Процесс разработки продуктового портфеля предприятия;</li> <li>27. Понятие качества продукта;</li> <li>28. Сертификация, аккредитация, стандартизация</li> <li>29. Анализ конкурентоспособности товара.</li> <li>30. Понятие нового товара.</li> <li>31. Этапы создания нового товара. Концепция параллельной разработки</li> <li>32. Разработка и реализация концепции нового товара.</li> <li>33. Классификация потребителей по отношению к новому товару</li> <li>34. Формирование торговой марки и брендинг;</li> <li>35. Причины успехов и неудач при продвижении нового товара.</li> <li>36. Уровни товарной иерархии;</li> <li>37. Решения о товарном ассортименте;</li> <li>38. Решения о товарной номенклатуре.</li> <li>39. SWOT-анализ</li> </ol> |

|  | Оценочные мероприятия | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                       | 40. Внешние факторы ценообразования<br>41. Внутренние факторы ценообразования<br>42. Методы ценообразования<br>43. Стратегии ценообразования<br>44. Стратегии позиционирования цены<br>45. Тактика ценообразования<br>46. Понятие распределения товаров (сбыт, дистрибуция)<br>47. Прямое распределение товаров<br>48. Косвенное распределение товаров<br>49. Маркетинговые системы распределения<br>50. Понятие товародвижения<br>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. | Защита курсовой работы | 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.                                                                                          |
| 4. | Экзамен                | Экзамен выполняется онлайн в форме теста.                                                                                                                                                                                                                                                                   |