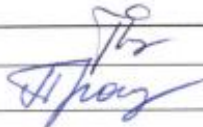


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2016 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг

Направление подготовки/специальность	38.03.01 Экономика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика		
Специализация	Бухгалтерский учет, анализ и аудит		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	2	семестр	4
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	4		

Руководитель ООП Преподаватель		Е.В. Телипенко
		С.А. Прокопенко

2020 г.

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

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Сем естр	Код компетенции	Наименование компетенции	Код результата освоения ООП	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
					Код	Наименование
Маркетинг	4	ОПК(У)-2	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Р3	ОПК(У)-2. В2	Владеет современными технологиями маркетинговых исследований
					ОПК(У)-2. У2	Умеет осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения маркетинговых задач
					ОПК(У)-2. 32	Знает методы сбора, анализа и обработки данных для решения поставленных маркетинговых задач
		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	Р2	ПК(У)-3.В1	Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ и планов
					ПК(У)-3.У1	Умеет формировать адекватные стратегии и планы маркетинговой деятельности
					ПК(У)-3.31	Знает методы маркетинговых исследований

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			
РД1	знать расчетно-экономической деятельности связанной с подготовкой исходных данных, проведением экономических расчетов и разработкой экономических разделов планов предприятий и	ОПК(У)-2 ПК(У)-3	Раздел 1. Раздел 2. Раздел 3. Раздел 4.	Тестирование Выполнение контрольной работы Выполнение курсовой работы Экзамен

	организаций			
РД2	освоить методы исследования внешней и внутренней среды предприятия – PEST и SWOT – анализ	ОПК(У)-2 ПК(У)-3	Раздел 1. Раздел 2. Раздел 3. Раздел 4.	Тестирование Выполнение контрольной работы Выполнение курсовой работы Экзамен
РД 3	знать методологию оценки конкурентоспособности товара и фирмы	ОПК(У)-2 ПК(У)-3	Раздел 1. Раздел 2. Раздел 3. Раздел 4.	Тестирование Выполнение контрольной работы Выполнение курсовой работы Экзамен

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

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Тестирование	Вопрос 1. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это: • рынок производителя; • рынок посредника; • рынок продавца; • рынок поставщика; • рынок покупателя. Вопрос 2. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг? • к оперативной задаче; • к стратегической задаче; • к тактической задаче; • к аналитико-оценочной задаче; • к исследовательской задаче. Вопрос 3. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок? • к оперативной задаче; • к стратегической задаче; • к исполнительской задаче; • к аналитико-оценочной задаче; • к тактической задаче.
2.	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы По форме контрольная работа представляет собой и письменную самостоятельную учебно-исследовательскую работу студента, для систематизации, закрепления теоретических знаний и практических навыков при решении конкретных задач, а также умения аналитически оценивать, защищать и обосновывать полученные результаты. Выполнение контрольной работы позволяет студентам: –приобрести навыки поиска достоверной информации по выбранной теме работы и самостоятельной работы с научной и учебно-методической литературой; –совершенствовать аналитические способности посредством критического осмысления различных фактических данных и материалов по изучаемой проблеме; –развивать умение обобщать и систематизировать найденный материал, самостоятельно формулировать и аргументировать выводы; –приобрести навыки оформления научных работ в соответствии с требованиями ГОСТ; –освоить принципы научно-исследовательской этики, предполагающей запрет на плагиат и достоверное оформление ссылок на использованные в исследовании материалы. Приобретенные в результате выполнения контрольных работ навыки используются студентами в последующем учебном процессе в вузе для успешной подготовки курсовых работ и выпускной

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		квалификационной работы.
3.	Выполнение курсовой работы	Курсовая работа по дисциплине «Маркетинг» как одна из форм самостоятельной работы студентов составляет необходимое условие успешного овладения данной учебной дисциплиной. Она способствует более глубокому изучению, позволяет накопить опыт самостоятельной работы с экономической литературой, вырабатывает критическое отношение к экономическим доктринам и концепциям, помогает овладеть методологией и методами экономического анализа. В целом курсовая работа - это первая ступенька в овладении навыками научного исследования. Темы курсовых работ: 1. Управление маркетингом. 2. Стратегия развития предприятия. 3. Стратегия и тактика маркетинга. 4. Разработка маркетинговой концепции в условиях кризиса. 5. Механизм выбора концепции маркетинговой политики в зависимости от позиции фирмы на рынке. 6. Товарная и технологическая концепция маркетинга.
4.	Защита курсовой работы	Курсовая работа по маркетингу преследует цель отработки конкретных методических приемов на практическом материале (условном примере). Структура курсовой работы должна содержать следующие разделы: а) теоретико-методический анализ исследуемой проблемы (обзор литературы); б) маркетинговую ситуацию и ее анализ (опыт практики, условный пример и т.п.); в) применение конкретных маркетинговых приемов и методов, процедур, операций и т.п. для решения ситуации. Поощряется использование компьютерных вариантов, распечаток и др. Объем курсовой работы не должен превышать 20-25 страниц рукописного или машинописного текста.
5.	Экзамен	Вопросы к экзамену: 1. Основные этапы развития маркетинга за рубежом. 2. Становление маркетинга в России. 3. Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга. 4. Основные концепции управления маркетингом. 5. Цели, задачи и основные принципы маркетинга. 6. Функции маркетинга. 7. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды. 8. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. 9. Организация службы маркетинга на фирме. 10. Организационные структуры управления службой маркетинга.

5. Методические указания по процедуре оценивания

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания													
1.	Тестирование	Тестирование проводится после изучения теоретического материала каждой темы дисциплины. Тестирование проводится в компьютерной или письменной форме. Критерии оценивания тестирования: <table><tr><td>Критерий</td><td>0,6 - 1 балла</td><td>0,5 – 0,1 балла</td><td>0 баллов</td><td>Итого</td></tr><tr><td>1. Выполнение тестовых заданий</td><td>Правильный ответ на вопрос тестового задания</td><td>Частично правильный ответ на вопрос тестового задания</td><td>Не правильный ответ на вопрос тестового задания</td><td>5 баллов</td></tr></table> Максимальный балл за тестирование 5 баллов. Тест считается успешно выполненным при получении студентом 3 баллов. Итоговая оценка за семестр рассчитывается на основе полученной суммы баллов в результате текущего контроля, и баллов, набранных при заключительном контроле знаний на экзамене.				Критерий	0,6 - 1 балла	0,5 – 0,1 балла	0 баллов	Итого	1. Выполнение тестовых заданий	Правильный ответ на вопрос тестового задания	Частично правильный ответ на вопрос тестового задания	Не правильный ответ на вопрос тестового задания	5 баллов
Критерий	0,6 - 1 балла	0,5 – 0,1 балла	0 баллов	Итого											
1. Выполнение тестовых заданий	Правильный ответ на вопрос тестового задания	Частично правильный ответ на вопрос тестового задания	Не правильный ответ на вопрос тестового задания	5 баллов											
2.	Выполнение контрольной работы	Выполнение контрольной работы должна быть сдана до начала экзаменационной сессии. В случае правильно выполненных заданий преподаватель ставит зачет, что является допуском к экзамену.													
3.	Выполнение и защита курсовой работы	Подготовленная курсовая работа подписывается студентом и представляется преподавателю на проверку в установленные календарным рейтингом сроки. Проверка курсовых работ преподавателем осуществляется в течение трех дней после сдачи. Преподаватель оценивает выполнение курсовой работы и соответствие календарному рейтинговому 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». Формой текущего контроля является защита курсовой работы, что позволяет выявить степень сформированности профессионального мышления студентов и освоения программного материала в процессе самостоятельной работы над курсовой работой. 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. Преподаватель оценивает защиту курсовой работы и соответствие календарному рейтинговому плану. Итоговая оценка за курсовую работу рассчитывается на основе полученной суммы баллов за выполнение курсовой работы и баллов, набранных при защите согласно календарному рейтинговому плану дисциплины.													

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания													
4.	Экзамен	Для проведения экзамена разрабатывается перечень вопросов экзаменационных билетов, а также дополнительных заданий, которые могут быть предложены студентам в качестве дополнительных. Все основные вопросы распределяются по экзаменационным билетам. Студент, получивший вопросы и задания письменно выполняет их. Время, выделяемое на подготовку, должно быть достаточным для того, чтобы дать краткий (неразвернутый), но полный (без пропусков) ответ на все структурные элементы экзаменационного вопроса и задания. В процессе устного ответа студент делает необходимые комментарии к своим записям и отвечает на уточняющие и дополнительные вопросы экзаменатора. 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. Экзаменационный билет состоит из 15 вариантов. Каждый вариант содержит 2 вопроса. Критерии оценивания экзамена: <table><tr><td>Критерий</td><td>0,6 - 1 балла</td><td>0,5 – 0,1 балла</td><td>0 баллов</td><td>Итого</td></tr><tr><td>1. Устный ответ на два вопроса в экзаменационному билете</td><td>Правильный ответ на вопрос в билете</td><td>Частично правильный ответ на вопрос в билете</td><td>Не правильный ответ вопрос в билете</td><td>20 баллов</td></tr></table> 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.				Критерий	0,6 - 1 балла	0,5 – 0,1 балла	0 баллов	Итого	1. Устный ответ на два вопроса в экзаменационному билете	Правильный ответ на вопрос в билете	Частично правильный ответ на вопрос в билете	Не правильный ответ вопрос в билете	20 баллов
Критерий	0,6 - 1 балла	0,5 – 0,1 балла	0 баллов	Итого											
1. Устный ответ на два вопроса в экзаменационному билете	Правильный ответ на вопрос в билете	Частично правильный ответ на вопрос в билете	Не правильный ответ вопрос в билете	20 баллов											