

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Попов Анатолий Николаевич
Должность: директор
Дата подписания: 17.05.2024 15:00:46
Уникальный программный ключ:
1e0c38dca0ae73cee1e5e09c1d5873fc7497ba8

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Маркетинг

(наименование дисциплины(модуля))

Направление подготовки / специальность

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование)

Направленность (профиль)/специализация

Организация и управление в учреждениях здравоохранения

(наименование)

Содержание

1. Пояснительная записка.
2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.
3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации.

1. Пояснительная записка

Цель промежуточной аттестации – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений

Результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся знает: Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС СамГУПС
	Обучающийся умеет: Анализировать, выделять и использовать основы организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС СамГУПС
	Обучающийся владеет: Навыками критической оценки и использования основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС СамГУПС

Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в одной из следующих форм:

- 1) ответ на билет, состоящий из теоретических вопросов и практических заданий;
- 2) выполнение заданий в ЭИОС СамГУПС.

2. Типовые¹ контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций

2.1 Типовые вопросы (тестовые задания) для оценки знания образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

¹ Приводятся типовые вопросы и задания. Оценочные средства, предназначенные для проведения аттестационного мероприятия, хранятся на кафедре в достаточном для проведения оценочных процедур количестве вариантов. Оценочные средства подлежат актуализации с учетом развития науки, образования, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы. Ответственность за нераспространение содержания оценочных средств среди обучающихся университета несут заведующий кафедрой и преподаватель – разработчик оценочных средств.

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся знает: Базовые основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

2.2 Типовые задания для оценки навыкового образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся умеет: Собирать и обобщать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся владеет: Информацией о базовых основах организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

2.3. Перечень вопросов для подготовки обучающихся к промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

- 1 Определение и сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономике.
- 2 Исходные идеи маркетинга: нужды, потребности, товар, рынок. Комплекс маркетинга (4 «Р»).
- 3 Маркетинг как система методов деятельности. Основные виды маркетинга.
- 4 Концепции маркетинга.
- 5 Функции и субъекты маркетинга. Содержание маркетинговой работы.
- 6 Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
- 7 Процесс маркетинговых исследований.
- 8 Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды.
- 9 Факторы макросреды и реакция на них.
- 10 Модель поведения потребителя. Основные факторы, определяющие поведение покупателя.
- 11 Потребность и потребитель. Виды потребностей.
- 12 Классификация потребителей.
- 13 Процесс принятия решения о покупке товара.
- 14 Основные характеристики товара в маркетинге.
- 15 Классификация товарных групп в системе маркетинга.
- 16 Упаковка и сервис в системе товарной политики.
- 17 Товарная политика и формирование товарного ассортимента.
- 18 Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
- 19 Жизненный цикл товара и его фазы.
- 20 Стратегическое и текущее планирование маркетинга.
- 21 Стратегии маркетинга на этапах жизненного цикла товара.
- 22 Разработка новых товаров. Процесс развития нового продукта и реализация инновационной политики.
- 23 Процесс принятия товара потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия инноваций.
- 24 Рынок как объект маркетинга. Типы и виды рынков.
- 25 Содержание понятия «емкость рынка», формула ее подсчета.
- 26 Позиционирование товара на рынке.

- 27 Понятие целевого рынка. Стратегии охвата. Принципы выбора целевого сегмента рынка.
- 28 Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
- 29 Понятие цены. Функции и виды цен. Ценовая политика.
- 30 Установление исходной цены товара. Факторы ценообразования.
- 31 Стратегии ценообразования: разработка и их реализация.
- 32 Матрица Бостонской консалтинговой группы.
- 33 Каналы распределения, товародвижения и сбыта товаров: сущность, функции, структура.
- 34 Организация сбытовой сети: традиционная, вертикальная, горизонтальная и комбинированная маркетинговые системы.
- 35 Управление каналами распределения.
- 36 Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговой коммуникации.
- 37 Личные и безличные коммуникации. Прямой маркетинг.
- 38 Личная продажа как форма коммуникационного процесса.
- 39 Реклама. Виды рекламы. Участники рекламного процесса.
- 40 Разработка рекламы.
- 41 Товарный знак, его роль в современных условиях. Фирменный стиль.
- 42 Public relations (PR). Цели и задачи PR. Инструменты PR.
- 43 Стимулирование сбыта. Цели и средства стимулирования сбыта. Контроль и оценка результатов стимулирования.
- 44 Виды стимулирования. Особенности стимулирования сотрудников сбытовой службы предприятия и торговых посредников.
- 45 Розничная торговля: сущность, формы и виды.
- 46 Оптовая торговля.
- 47 Место маркетингового подразделения в фирме. Его обязанности, возможности и структура.

3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Критерии формирования оценок по ответам на вопросы, выполнению тестовых заданий

- оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы составляет 100 – 90% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы – 89 – 76% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на тестовые вопросы – 75–60 % от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов – менее 60% от общего объема заданных вопросов.

Критерии формирования оценок по результатам выполнения заданий

- «Отлично/зачтено»** – ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.
 - «Хорошо/зачтено»** – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.
 - «Удовлетворительно/зачтено»** – ставится за работу, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и двух недочетов.
 - «Неудовлетворительно/не зачтено»** – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки «удовлетворительно» или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.
- Виды ошибок:*
- *грубые ошибки: незнание основных понятий, правил, норм; незнание приемов решения задач; ошибки, показывающие неправильное понимание условия предложенного задания.*
 - *негрубые ошибки: неточности формулировок, определений; нерациональный выбор хода решения.*
 - *недочеты: нерациональные приемы выполнения задания; отдельные погрешности в формулировке выводов; небрежное выполнение задания.*

Критерии формирования оценок по экзамену

«Отлично/зачтено» – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний, не допустил логических и фактических ошибок

«Хорошо/зачтено» – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний; допустил незначительные ошибки и неточности.

«Удовлетворительно/зачтено» – студент допустил существенные ошибки.

«Неудовлетворительно/не зачтено» – студент демонстрирует фрагментарные знания изучаемого курса; отсутствуют необходимые умения и навыки, допущены грубые ошибки.

Экспертный лист
оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации по
дисциплине «Маркетинг»
по направлению подготовки/специальности

38.03.02 Менеджмент

шифр и наименование направления подготовки/специальности

Организация и управление в учреждениях здравоохранения
профиль / специализация

Бакалавр
квалификация выпускника

1. Формальное оценивание			
Показатели	Присутствуют	Отсутствуют	
Наличие обязательных структурных элементов:	+		
– титульный лист	+		
– пояснительная записка	+		
– типовые оценочные материалы	+		
– методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания	+		
Содержательное оценивание			
Показатели	Соответствует	Соответствует частично	Не соответствует
Соответствие требованиям ФГОС ВО к результатам освоения программы	+		
Соответствие требованиям ОПОП ВО к результатам освоения программы	+		
Ориентация на требования к трудовым функциям ПС (при наличии утвержденного ПС)	+		
Соответствует формируемым компетенциям	+		

Заключение: ФОС рекомендуется/ не рекомендуется к внедрению; обеспечивает/ не обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения; критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают/ не обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения.

Эксперт: доцент кафедры педагогики и социологии ФГБОУ ВО ОГПУ, к.п.н., доцент

_____ / Конькина Е.В.