

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«**ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**В Г. ВОЛГОДОНСКЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**(ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

по дисциплине

«Маркетинг»

для обучающихся по направлению подготовки

*38.03.02 Менеджмент*

программа бакалавриата «Менеджмент»

2022 года набора

Волгодонск

2022

**Лист согласования**

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Маркетинг \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование)

составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_38.03.02 Менеджмент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(код направления (специальности), наименование)

Рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «ЭиУ» протокол № \_12\_  
от «03» \_\_\_07\_\_\_\_ 2021 г

Разработчики оценочных материалов (оценочных средств)

Доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.Ю. Диканов

подпись

«29» \_\_\_\_\_\_\_06\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

Должность \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.О.Ф.

подпись

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.Ю. Диканов

подпись

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

**Согласовано:**

Управляющий дополнительного офиса

«На Энтузиастов» Филиала Ростовский №2

ПАО Банк " ФК Открытие" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Губарев Д.Г.

подпись

«05» \_\_\_\_\_\_07\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

Финансовый директор ООО «Мир обоев» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Путанашенко Т.С.

подпись

«05» \_\_\_\_\_\_07\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

**Лист визирования оценочных материалов (оценочных средств)**

**на очередной учебный год**

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Основы маркетинга » проанализированы и признаны актуальными для использования на 2021- 2022 учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «28» августа 2021 г. № 1

Заведующий кафедрой «ЭиУ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Ю. Диканов

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Основы маркетинга » проанализированы и признаны актуальными для использования на 20\_\_- 20\_\_ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой «ЭиУ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Ю. Диканов

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Основы маркетинга »проанализированы и признаны актуальными для использования на 20\_\_- 20\_\_ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой «ЭиУ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Ю. Диканов

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Основы маркетинга »проанализированы и признаны актуальными для использования на 20\_\_- 20\_\_ учебный год.

Протокол заседания кафедры «ЭиУ» от «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой «ЭиУ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Ю. Диканов

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Содержание

|  |  |
| --- | --- |
|  | С. |
| 1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств) |  |
| 1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем), с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП | 5 |
| 1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования | 13 |
| 1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, описание шкал оценивания | 16 |
| 2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы | 17 |

**1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)**

Оценочные материалы (оценочные средства) прилагаются к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимся установленных результатов обучения.

Оценочные материалы (оценочные средства) используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

* 1. **Перечень компетенций, формируемых дисциплиной, с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП**

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ОПК-6: владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 1).

Таблица 1 Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код компетенции | Уровень освоения | Дескрипторы компетенции  (результаты обучения, показатели достижения результата обучения, которые обучающийся может продемонстрировать) | Вид учебных занятий, работы[[1]](#footnote-1),  формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции[[2]](#footnote-2) | Контролируемые разделы и темы дисциплины[[3]](#footnote-3) | Оценочные материалы (оценочные средства), используемые для оценки уровня сформированности компетенции | Критерии оценивания компетенций[[4]](#footnote-4) |
| ПК-3 | **Знать** | основы стратегического анализа, для обеспечения конкурентоспособности | Лекции,  практические занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуаций) | 1.1, 1,2, 1.3,  1.4, 1.5, 1.6,  1.8, 2.1, 2.2, 2.3,  2.4, 2.5, 2.6,  2.7, 2.8, 2.9, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 4.1,4.2, 4.3 | УО, РЗ, ПР | посещаемость занятий;  подготовка докладов;  познавательная активность на занятиях, качество подготовки докладов и презентаций по разделам дисциплины, выполнение практических заданий, контрольных работ, умение делать выводы |
| Уровень 1: | основы стратегического анализа и разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности |
| Уровень 2: | основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности |
| Уровень 3: | основы стратегического анализа, для обеспечения конкурентоспособности |
| **Уметь** |  | Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуации) | УО, РЗ, ПР |
| Уровень 1: | пользоваться навыками стратегического анализа для обеспечения конкурентоспособности |
| Уровень 2: | пользоваться навыками стратегического анализа и разработки стратегии организации, направленной для обеспечения конкурентоспособности |
| Уровень 3: | пользоваться навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности |
| **Владеть** |  | Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуации) | УО, РЗ, ПР |
| Уровень 1: | навыками стратегического анализа в целях обеспечения конкурентоспособности |
| Уровень 2: | навыками стратегического анализа и разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности |
| Уровень 3: | навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности |
| ОПК-6 | **Знать** |  | Лекц.  Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуации) | 1.1, 1,2, 1.3,  1.4, 1.5, 1.6,  1.8, 1.9, 2.1, 2.2, 2.3,  2.4, 2.5, 2.6,  2.7, 2.8, 2.9, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 4.1,4.2, 4.3 | УО, РЗ, ПР | посещаемость занятий;  подготовка докладов;  познавательная активность на занятиях, качество подготовки докладов и презентаций по разделам дисциплины, выполнение практических заданий, контрольных работ, умение делать выводы |
| Уровень 1: | основы принятия управленческих решений |
| Уровень 2: | сущность принятия решений в управлении организацией |
| Уровень 3: | методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций |
| **Уметь** |  | Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуации) | УО, РЗ, ПР |
| Уровень 1: | учитывать необходимость владения методами принятия управленческих решений |
| Уровень 2: | находить методы принятия решений в управлении деятельностью организаций |
| Уровень 3: | в полной мере использовать различные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций |
| **Владеть** |  | Практ. занятия (устный опрос, выполнение заданий),  СРС (анализ ситуации) |
| Уровень 1: | навыками принятия решений в управлении организацией | УО, РЗ, ПР |
| Уровень 2: | различными методами принятия решений в управлении операционной деятельностью организаций |
| Уровень 3: | навыками принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций |

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

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

По дисциплине «Основы маркетинга» предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины); промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся. Текущий контроль служит для оценки объёма и уровня усвоения обучающимся учебного материала одного или нескольких разделов дисциплины (модуля) в соответствии с её рабочей программой и определяется результатами текущего контроля знаний обучающихся.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр по календарному графику учебного процесса.

Текущий контроль предполагает начисление баллов за выполнение различных видов работ. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы. Регламент балльно-рейтинговой системы определен Положением о системе «Контроль успеваемости и рейтинг обучающихся».

Текущий контроль является результатом оценки знаний, умений, навыков и приобретенных компетенций обучающихся по всему объёму учебной дисциплины, изученному в семестре, в котором стоит форма контроля в соответствии с учебным планом.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины: теоретических основ и практической части.

При обучении по заочной форме обучения текущий контроль не предусмотрен.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы маркетинга» проводится в форме экзамена.

В табл. 2 приведено весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий.

Таблица 2 Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Текущий контроль  (50 баллов[[5]](#footnote-5)) | | | | Промежуточная аттестация  (50 баллов) | Итоговое количество баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации |
| Блок 1 | | Блок 2 | |
| Лекционные занятия (X1) | Практические занятия (Y1) | Лекционные занятия (X2) | Практические занятия (Y2) | от 0 до 50 баллов | Менее 41 балла –  неудовлетворительно;  41-60 баллов –  удовлетворительно;  61-80 баллов –  хорошо;  81-100 баллов –  отлично |
| 5 | 15 | 5 | 25 |
| Сумма баллов за 1 блок = X1 + Y1 =20 | | Сумма баллов за 2 блок = X2 + Y2 =30 | |

Для определения фактических оценок каждого показателя

выставляются следующие баллы (табл.3):

Таблица 3– Распределение баллов по дисциплине

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебных работ по дисциплине | ***Количество баллов*** | |
| ***1 блок*** | ***2 блок*** |
| *Текущий контроль (50 баллов)* | | |
| Посещение занятий | 4 | 5 |
| Выполнение заданий по дисциплине (УО, ПР), в том числе: | 16 | 25 |
| - устный опрос (УО) | *7* | *7* |
| - решение задач (РЗ) | *9* | *9* |
| - письменные работы (ПР) | *0* | *9* |
|  | **20** | **30** |
| *Промежуточная аттестация (50 баллов)* | | |
| Зачет в устной форме | | |
| **Сумма баллов по дисциплине 100 баллов** | | |

Экзамен является формой итоговой оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по дисциплине в целом или по разделу дисциплины. По результатам экзамена обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», или «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» (81-100 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом[[6]](#footnote-6);

- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения;

- обучающийся анализирует элементы, устанавливает связи между ними, сводит их в единую систему, способен выдвинуть идею, спроектировать и презентовать свой проект (решение);

- ответ обучающегося по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, и удовлетворяет требованиям программы дисциплины;

- обучающийся продемонстрировал свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;

- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на высоком уровне (уровень 3) (см. табл. 1).

Оценка «хорошо» (61-80 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения; анализирует элементы, устанавливает связи между ними;

- ответ по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, или частично полным и удовлетворяет требованиям программы, но не всегда дается точное, уверенное и аргументированное изложение материала;

- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы;

- обучающийся продемонстрировал владение терминологией соответствующей дисциплины.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на среднем уровне (уровень 2) (см. табл. 1).

Оценка «удовлетворительно» (41-60 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания, в котором очевиден способ решения;

- обучающийся продемонстрировал базовые знания важнейших разделов дисциплины и содержания лекционного курса;

- у обучающегося имеются затруднения в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса;

- несмотря на недостаточность знаний, обучающийся имеется стремление логически четко построить ответ, что свидетельствует о возможности последующего обучения.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на базовом уровне (уровень 1) (см. табл. 1).

Оценка «неудовлетворительно» (менее 41 балла) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, методикой стратегического планирования на примере предприятии;

- у обучающегося имеются существенные пробелы в знании основного материала по дисциплине;

- в процессе ответа по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

Компетенция (и) или ее часть (и) не сформированы.

**1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине «Основы маркетинга » осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно - рейтинговой системы, реализуемой в ДГТУ.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр по календарному графику учебного процесса в рамках проведения контрольных точек.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос (УО);

- выполнение письменных работ (ПР);

- решение задач (РЗ).

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Перечень вопросов для устного опроса определен содержанием темы в РПД и методическими рекомендациями по изучению дисциплины.

Защита практических заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с расписанием занятий. Преподаватель проверяет правильность выполнения практического задания студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: в процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с практическим заданием, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумели самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, с направлением обучения студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Итоговый контроль освоения умения и усвоенных знаний дисциплины «Основы маркетинга » осуществляется в процессе промежуточной аттестации на Зачете. Условием допуска к зачету является положительная текущая аттестация по всем практическим работам учебной дисциплины, ключевым теоретическим вопросам дисциплины.

**2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**2.1 Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний и умений:**

**2.1.1Вопросы устного опроса (УО) для оценивания результатов обучения в виде знаний и умений:**

1. Основные элементы товарной политики.
2. Определение товара в маркетинге.
3. Классификация товара.
4. Жизненный цикл товара.
5. Ассортиментная группа и товарная номенклатура.
6. Обеспечение качества товара.
7. Марка и марочная политика.
8. Товарный знак и корпоративная символика.
9. Упаковка товара.
10. Штриховое кодирование товара.
11. Комплектование услугами
12. Стратегия разработки новых товаров.
13. Три уровня товара.
14. Матрица «Бостон-Колсантинг- групп».
15. Фирменный стиль.
16. Категории товаров для производства.
17. Поведение предприятий как потребителей.
18. Специфика маркетинга товаров для производства.
19. Специфика становления российского рынка средств производства.
20. В2В – электронная форма маркетинга «бизнес – для – бизнеса».
21. Основные положения Закона РФ «О товарных знаках. Знаках обслуживания и наименования мест происхождения»
22. «Национальный ромб» конкурентоспособности по М.Портеру.
23. Меры по поддержанию конкурентоспособности страны.
24. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
25. Стратегии достижения конкурентных преимуществ.
26. Показатели конкурентоспособности товара.
27. Методы оценки конкурентоспособности товара.
28. Географическая сегментация.
29. Демографическая сегментация.
30. Психографическая сегментация.
31. Поведенческая сегментация.
32. Комбинированная сегментация.
33. Сегментация по обстоятельствам применения.

*Критерии оценки устного опроса:*

- качество ответов (ответы должны быть полными, четко выстроены, логичными (аргументированными);

- владение научным и профессиональной терминологией.

*Шкала оценивания устного опроса.*

Каждый вопрос оценивается по следующей шкале:

- 0 баллов - обучающийся дал неправильный ответ на вопрос или не ответил;

- 3 балл - ответ обучающегося является не полным, не точным, не уверенным и не аргументированным;

- 4 балла – ответ обучающегося является полным, но не точным, не уверенным и не аргументированным;

- 5 - ответ обучающегося является полным, точным, уверенным и аргументированным.

По результатам опросов выводится средняя оценка, которая округляется до целой величины и выставляется при первой рейтинговой оценке.

**2.2 Задания для оценивания результатов обучения в виде владений и умений**

***2.2.1 Комплекс практических заданий и задач (РЗ)***

**Задание № 1**

В городе с численностью населения 200 тыс. чел. действуют предприятия, оказывающие услуги по ремонту телевизоров. Информация по основным конкурентам представлена в таблице.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Показатели | Ед.  измер. | Конкуренты | | | |
| ООО «Орбита» | ЗАО  «Фотон» | ЗАО  «Гарант» | Прочие  (10мас-терских) |
| 1 | Объем услуг | Тыс.руб. | 150 | 270 | 380 | 700 |
| 2 | Численность работающих | Чел. | 2 | 4 | 5 |  |
| 3 | Цена услуги | Руб. | 270 | 320 | 350 |  |
| 4 | Рентабельность услуг | % | 15 | 20 | 25 |  |
| 5 | Квалификация кадров |  | Высокая | Средний уровень | Средний уровень |  |
| 6 | Состояние помещения |  | Удовлетворительное | Евроремонт | Хорошее |  |
| 7 | Взаимоотношения с клиентами |  | заинтересованное | не заинтересованное | заинтересованное |  |
| 8 | Процент обеспеченности необходимым оборудованием | % | 70 | 80 | 85 |  |

ЗАО «Гарант» действует на рынке услуг по ремонту телевизоров более 20 лет, мастерская расположена в центральной части города в собственном помещении, запасные части для ремонта поставляются заводами-изготовителями телевизоров.

ООО «Орбита» и ЗАО «Фотон» приобретают запчасти у посредников, мастерские расположены в престижных микрорайонах в арендуемых помещениях.

ООО «Орбита» может осуществлять транспортировку телевизоров в мастерскую и обратно, ЗАО «Фотон»- предоставить отсрочку платежа сроком на 1 месяц. ЗАО «Гарант» этих услуг не оказывает.

Обеспеченность телевизорами на 100 семей составляет 113 телевизоров, число ремонтов на единицу – 0,089.

Для создания мастерской по ремонту телевизоров на 2 рабочих места необходим начальный капитал в сумме 100 тыс.руб**.**

**Определить:**

1. Четырехдольный показатель концентрации и индекс Херфиндала.

2. Привлекательность рынка услуг по ремонту телевизоров.

1. Конкурентоспособность услуг по ремонту телевизоров.

4. Конкурентоспособность мастерских.

1. Место основных конкурентов в многокритериальной матрице «Привлекательность - конкурентоспособность».
2. Основные технико-экономические показатели (объем услуг, численность работающих, прибыль, рентабельность) для вновь создаваемого предприятия.
3. Прогнозный объем услуг при благоприятных и неблагоприятных обстоятельствах.

**Задание № 2**

Рассчитать розничную цену на пошив женского платья, используя следующие методы ценообразования: затратный, на уровне текущих цен, обеспечения целевой прибыли. Рассчитать чистую прибыль, полученную от реализации платьев.

Исходные данные:

1. Объем производства платьев в год, 3500

2. Среднегодовая стоимость основных фондов, т.р. 300,0

3. Среднегодовая норма амортизационных отчислений, % 15,0

4. Расход основных материалов на одно платье, м 2,4

5. Цена за 1 м ткани, р. 500,0

6. Стоимость вспомогательных материалов и фурнитуры,

расходуемых на одно платье, р. 200,0

7. Средневзвешенная норма времени на пошив единицы

изделия, час. 5,9

8. Среднечасовая ставка рабочего, занятого изготовлением

платьев 25,0

9. Расходы по управлению, относимые на себестоимость

платьев, т.р. 390, 7

10. Рентабельность производства для определения цены, % 27,0

11. Размер торговой надбавки посредников (розничный

магазин), % 30,0

12. Ставка налога на добавленную стоимость, % 18,0

13. Ставка налога на прибыль, % 20,0

14. Целевая прибыль, т.р. 430,0

Цены на аналогичные изделия конкурентов колеблются от 2,6 до 4,0 т.р.

**2.3 Типовые экзаменационные материалы**

***Перечень вопросов для проведения экзамена* *(теоретические вопросы)***

1. Системный подход к определению сущности маркетинга
2. Цели и принципы маркетинга
3. Функции маркетинга
4. Виды маркетинга
5. Концепции маркетинга
6. Состав маркетинговой среды предприятия.
7. Внутренняя среда маркетинга
8. Характеристика микросреды предприятия
9. Элементы макросреды фирмы
10. Тип маркетинговой информации и источники ее получения
11. Маркетинговая информационная система и организация проведения маркетинговых исследований
12. Этапы работы над стратегией маркетинга:
13. Сущность, цели и признаки сегментирования
14. Критерии сегментирования рынка
15. Виды сегментирования и их разрешительные возможности
16. Способы сегментирования
17. Позиционирование товара
18. Разработка позиции продукта
19. Варианты позиционирования
20. Разработка товарной политики предприятия
21. Определение товара в маркетинге
22. Классификация товаров
23. Жизненный цикл товара
24. Ассортиментная группа и товарная номенклатура
25. Решения в области ассортимента и номенклатуры
26. Марка и марочная политика.
27. Товарный знак и корпоративная символика
28. Решения по упаковке товара
29. Комплектование услугами
30. Стратегия разработки новых товаров
31. Цена и факторы ее образования
32. Факторы, оказывающие влияние на процесс ценообразования
33. Методы ценообразования
34. Ценовые стратегии
35. Каналы распределения товаров, их виды и функции
36. Функции канала распределения.
37. Формы сбыта товаров
38. Три вида сбыта
39. Классификация посредников
40. Формы интеграции участников канала распределения
41. Товародвижение
42. Понятие и составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций
43. Стимулирование сбыта по отношению к потребителям, к посредникам к собственному торговому персоналу
44. Формы и особенности коммерческой пропаганды
45. Формы и коммуникационные особенности личной продажи
46. Реклама. Характеристика основных средств рекламы
47. Рекламная деятельность на предприятии. Методы оценки эффективности рекламы
48. Методы оценки эффективности рекламы:
49. Диверсификация
50. Выбор стратегии маркетинга в результате планирования
51. Стратегическое моделирование

**Структура экзаменационного билета:**

1.Теоретический вопрос.

2.Теоретический вопрос.

3. Практическое задание (задача).

**Пример экзаменационного билета**

****

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Институт технологий (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Донской государственный технический университет»

в г. Волгодонске Ростовской области

(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)

# Факультет\_\_\_\_\_\_\_Технологии и менеджмент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_Экономика и управление\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ Б И Л Е Т № 1

на 2018/2021 учебный год

1. Системный подход к определению сущности маркетинга
2. Стратегическое моделирование
3. Практическое задание

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Диканов М.Ю. 01.09.2018 г.

Подпись Ф.И.О. Дата

АКТУАЛЬНО НА

2021/2020уч.год \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_/20\_\_уч.год \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись Ф.И.О. зав.каф. Подпись Ф.И.О. зав.каф.

20\_\_/20\_\_уч.год \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_/20\_\_уч.год \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись Ф.И.О. зав.каф. Подпись Ф.И.О. зав.каф.

*Методика формирования оценки и критерии оценивания промежуточной аттестации* (экзамен): максимальное количество баллов при полном раскрытии вопросов и верном решении практической задачи билета:

1 Теоретический вопрос -15 баллов;

2 Теоретический вопрос -15 баллов;

3 Практическое задание или задача -20 баллов;

Итого: экзамен – 50 баллов.

Структура оценочных материалов (оценочных средств), позволяющих оценить уровень компетенций, сформированный у обучающихся при изучении дисциплины «*Маркетинг в сервисе*» приведен в таблице 4.

Таблица 4 - Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Основы маркетинга»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код компетенции | Знать | Оценочные средства | | Уметь | Оценочные средства | | Владеть | Оценочные средства | |
| текущий контроль | промежуточный контроль | текущий контроль | промежуточный контроль | текущий контроль | промежуточный контроль |
| ОПК-6 | основы принятия управленческих решений  сущность принятия решений в управлении организацией  методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций | УО, вопросы 1,2,7,9,10,13,17 | Вопросы к экзамену 3,4,5,6,8,11,14,15,1618,19 | учитывать необходимость владения методами принятия управленческих решений  находить методы принятия решений в управлении деятельностью организаций  в полной мере использовать различные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций | УО, 1,2,7,9,10,13,17 | РЗ 1-2 | навыками принятия решений в управлении организацией  различными методами принятия решений в управлении операционной деятельностью организаций  навыками принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций | УО, 1,2,7,9,10,13,17 | РЗ 1-2 |
| ПК-3 | навыками принятия решений в управлении организацией  различными методами принятия решений в управлении операционной деятельностью организаций  навыками принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций | УО, вопросы 1,2,7,9,10,13,17, 20, 21,23, 27, 30,32,34,35,36,37 | Вопросы к экзамену 3,4,5,6,8,11,14,15,1618,19,22, 24, 25, 26,28,29,38 | пользоваться навыками стратегического анализа для обеспечения конкурентоспособности  пользоваться навыками стратегического анализа и разработки стратегии организации, направленной для обеспечения конкурентоспособности  пользоваться навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности | УО, вопросы 1,2,7,9,10,13,17, 20, 21,23, 27, 30,32,34,35,36,37 | РЗ 1-2 | навыками стратегического анализа в целях обеспечения конкурентоспособности  навыками стратегического анализа и разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности  навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности | УО, вопросы  31-51 | РЗ 1-2 |

1. Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа [↑](#footnote-ref-1)
2. Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма, решение творческих задач, работа в группах, проектные методы обучения, ролевые игры, тренинги, анализ ситуаций и имитационных моделей и др.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств [↑](#footnote-ref-2)
3. Указать номера тем в соответствии с рабочей программой дисциплины [↑](#footnote-ref-3)
4. Необходимо выбрать критерий оценивания компетенции: посещаемость занятий; подготовка к практическим занятиям; подготовка к лабораторным занятиям; ответы на вопросы преподавателя в рамках занятия; подготовка докладов, эссе, рефератов; умение отвечать на вопросы по теме лабораторных работ, познавательная активность на занятиях, качество подготовки рефератов и презентацией по разделам дисциплины, контрольные работы, экзамены, умение делать выводы и др. [↑](#footnote-ref-4)
5. Вид занятий по дисциплине (лекционные, практические, лабораторные) определяется учебным планом. Количество столбцов таблицы корректируется в зависимости от видов занятий, предусмотренных учебным планом.

   Распределение баллов по блокам, по каждому виду занятий в рамках дисциплины определяет преподаватель. Распределение баллов по дисциплине утверждается протоколом заседания кафедры.

   По заочной форме обучения мероприятия текущего контроля не предусмотрены. [↑](#footnote-ref-5)
6. Количество и условия получения необходимых и достаточных для получения автомата баллов определены Положением о системе «Контроль успеваемости и рейтинг обучающихся» [↑](#footnote-ref-6)