

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Колин Андрей Эдуардович

Должность: ректор

Дата подписания: 25.01.2024 09:53:50

Уникальный программный ключ:

f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПРИМОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

ПРИНЯТО

На заседании Учёного совета
ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ
Протокол № 3
от 27 ноября 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО
Приморский ГАТУ
_____ А.Э. Колин
27 ноября 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МДК.01.01 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

по специальности среднего профессионального образования

38.02.08 Торговое дело

форма обучения – очная

Уссурийск 2023

Фонд оценочных средств учебной дисциплины (моуля) составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 и учебного плана подготовки специалистов среднего звена, утвержденного ректором ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК. 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.

ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.

ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.

ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

КОНТРОЛИРУЕМЫЕ РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Контролируемые разделы дисциплины	Код формируемой компетенции	Оценочные средства
Тема 1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 4. Маркетинг-ориентированное планирование	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 5. Сегментация рынка, ее роль в маркетинге	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 6. Формирование товарной политики	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
Тема 7. Система распределения и товародвижения в маркетинге	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу

Тема 8 Ценовая политика и ценообразование	ПК. 1.1, ПК. 1.2, ПК. 1.3, ПК. 1.4, ПК. 1.5, ПК. 1.6	Тестовые и практические задания по разделу
-------------------------------------------	------------------------------------------------------	--------------------------------------------

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Время выполнения задания, мин
1	2	3	4
<i>Задания закрытого типа с указанием одного варианта ответа</i>			
1	<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Потребность- это</p> <p>А) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;</p> <p>Б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;</p> <p>В) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;</p> <p>Г) все ответы верны.</p>	Б	2
2	<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Понятие микросреды отражает?</p> <p>А) силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно;</p> <p>Б) силы, не влияющие на деятельность предприятия;</p> <p>В) силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель;</p> <p>Г) все ответы верны.</p>	А	2
3	<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Позиционирование товара — это....</p> <p>А) сегментирование рынка;</p> <p>Б) помогает выявить ценности товара в глазах потребителя и найти точки отличия от конкурентов;</p> <p>В) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;</p> <p>Г) выбор целевого рынка.</p>	Б	2
4	<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Критерии оценки сегментов необходимы для:</p> <p>А) определения емкости рынка;</p> <p>Б) обоснования целевого рынка;</p> <p>В) формирования предложения для сегмента;</p> <p>Г) все ответы верны.</p>	Б	2
5	<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Жизненный цикл товара - это:</p> <p>А) период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка;</p> <p>Б) период времени продажи товара;</p>	А	2

	В) период времени производства товара и его сбыта; Г)нет правильного ответа.		
6	Выберите правильный вариант ответа. По источникам информации исследования могут быть? А) перспективные или текущие Б). поисковые, описательные или экспериментальные В) кабинетные и полевые Г). правильного ответа нет	В	2
7	Выберите правильный вариант ответа. Контактные аудитории- это..... А). субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей; Б). субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары; В). субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары; Г). акционеры, законодатели, представителями городских властей или иная группа.	А	2
8	Выберите правильный вариант ответа. Какое из указанных определений соответствует маркетинговому определению сегмента? А) совокупность потребителей со схожими потребностями; Б) часть потребителей, интересующихся товарами вашей фирмы; В) потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения товара; Г) население данного региона.	А	2
9	Выберите правильный вариант ответа. Интернет- маркетинг включает: А) поисковый маркетинг (SEM); Б) маркетинг в социальных сетях; В) оптимизация сайта (SEO); Г)все ответы верны.	Г	2
10	К макросреде предприятия не относятся? А)достижения научно-технического прогресса; Б) население всей страны; В) торговые организации; Г) средства массовой информации.	В	2
Задания открытого типа с указанием правильного варианта ответа			
1	Закончите предложение: функция маркетинга, которая занимается изучением и оценкой внешней (в первую очередь рыночной) и	Аналитическая	2

	внутренней среды фирмы это.....		
2	Закончите предложение: определение нужд и потребностей условных рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов способами – это концепция...	маркетинга	2
3	Закончите предложение: установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителя и общества в целом – это концепция	социально-этического маркетинга	2
4	Закончите предложение: вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена – это....	маркетинг	2
5	Закончите предложение: пути движения товаров и услуг через промежуточных агентов или непосредственно к потребителю – это...	Канал распределения	2
6	Закончите предложение: организация системы товародвижения, организация сервиса, организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта, формирование товарной и ценовой политики – это	сбытовая функция	2
7	Закончите предложение: документ с пошаговой программой реализации маркетинговой стратегии – это	План маркетинга	2
8	Закончите предложение: организация производства нового товара, организация снабжения, управление производственным качеством – это	Производственная функция	2
9	Закончите предложение: деятельность компании, направленная на регулирование меняющегося, неустойчивого спроса на услуги и товары – это	синхромаркетинг	2
10	Закончите предложение: комплекс действий, направленных на повышение уровня конверсии, то есть на увеличение количества посетителей – это ...	Конверсионный маркетинг.	2
Задания открытого типа с указанием развернутого варианта ответа			
1	Деятельность компании, которая направлена на расширение ассортимента, повышение эффективности производства и реализацию продукции – это	Товарная политика	6
2	Перечислите стадии жизненного цикла товара:	выход на рынок, рост, зрелость и спад.	6
3	Часть общей стратегии развития компании, направленная на выстраивание связей с целевой	Коммуникационная стратегия	6

	аудиторией – это....		
4	какие разделы включает план маркетингового исследования:	аналитическая записка, целеполагание, план действий, бюджет, управление исполнением	6
5	Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается	превышение предложения над спросом	6
6	Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет...	наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом	6
7	Стратегия при которой фирма концентрирует свое внимание на конкретном сегменте рынка, либо же на большей доле одного или нескольких субрынков;	Целевой маркетинг	6
8	Генеральный план компании по завоеванию максимум клиентов из всех, которые есть, и занятие доминирующего положение среди конкурентов – это	стратегия маркетинга	6
9	К стратегическим задачам маркетинговой деятельности относят...	Активизацию деловой активности	6
10	Процесс разработки маркетинговой стратегии включает следующие этапы:	аналитика, разработка плана действий, контроль.	6

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии оценки тестового задания формируются следующим образом:

- при проверке заданий закрытого типа с указанием одного варианта ответа выставляется **1 балл** за правильный ответ.

- при проверке заданий открытого типа с указанием правильного варианта ответа выставляется **2 балла** за правильный ответ; **0 баллов** за неверный ответ;

- при проверке задания открытого типа с указанием развернутого варианта ответа выставляется **3 балла** за правильный ответ; **2 балла** за правильный ответ с незначительными недочетами; **1 балл** за ответ, имеющий существенные недостатки, но при дополнении ответ может стать правильным; **0 баллов** за полностью неверный ответ.

- оценка «отлично» выставляется студенту, если набрано 100%-93% баллов;
- оценка «хорошо» - 92%-73% баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 72%-56% баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 55% баллов.