

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Маркетинговый контроль

**Код модуля**  
1150174

**Модуль**  
Специальные вопросы маркетинга услуг

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Котляревская Ирина Васильевна	доктор экономических наук, профессор	Заведующий кафедрой	маркетинга
2	Передерий Мария Витальевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Котляревская Ирина Васильевна, Заведующий кафедрой, маркетинга
- Передерий Мария Витальевна, Старший преподаватель, маркетинга

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинговый контроль**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинговый контроль**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-3 -Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков	З-1 - Знать современные техники и методики руководства проектной и процессной деятельностью в организации П-1 - Владеть навыками руководства проектной и процессной деятельностью с учетом использования лидерских и коммуникативных способностей У-1 - Уметь использовать современные практики управления проектной и процессной деятельностью в организации	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

#### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	4,8	50
<i>академическая активность</i>	4,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	4,9	50
<i>работа на занятиях</i>	4,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -</b>
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –</b>
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям –</b>

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

<b>Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<b>Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено</b>		

## 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

## Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

<b>Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)</b>				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристи ка уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворитель но (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

### 5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

#### 5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

##### 5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

##### 5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Маркетинговый контроль и аудит

2. Анализ результатов аудиторской проверки. Внутренний маркетинговый аудит

3. Внешний маркетинговый аудит: необходимость и особенности. Подготовка к внешнему маркетинговому аудиту

LMS-платформа – не предусмотрена

#### 5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

## **Базовый**

### **5.2.1. Контрольная работа**

Примерный перечень тем

1. Эволюция концепций маркетинга: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга, функции маркетинга.
  2. Элементы микросреды маркетинга предприятия (поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, контактные аудитории), формы конкуренции (функциональная, видовая, предметная, ценовая, неценовая), типы контактных аудиторий (банки, акционеры, СМИ, гос. учреждения, общественность).
  3. Основные факторы макросреды предприятия (демографический, экономический, природный, политический, культурологический факторы и научно-технический прогресс).
  4. Рынок предприятий.
  5. Оценка емкости рынка.
  6. Критерии сегментации для рынка товаров народного потребления.
  7. Критерии сегментации для рынка товаров производственного назначения.
  8. Методология разработки маркетинговой стратегии, основные направления маркетинговой стратегии
  9. Цена и ее роль в маркетинговом комплексе, процесс установления цены.
- Примерные задания  
LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Возникновение и развитие аудита маркетинга
2. Стратегический контроль и маркетинговый аудит
3. Особенности сотрудничества с аудиторской организацией
4. Методика составления бюджета на проведение внешнего маркетингового аудита
5. Методы оценки эффективности системы маркетинга
6. Аудит организации службы маркетинга
7. Виды маркетингового аудита

Примерные задания

Торговая фирма имеет следующие отчетные показатели.

тыс. руб.

Из отчета по прибыли за год

- издержки на приобретение

товара 12400

- прочие внешние издержки 2200

(из них переменные 200)

- издержки на содержание персонала

(из них переменные – 400) 2800

- амортизация основного

капитала 800

- издержки по выплате

процентов 600

- выручка от реализации

продукции 20000

- актив фирмы 9900

- собственный капитал 4200

РПД 38.03.02 Маркетинг Страница 15 из 17

А. Составьте годовой отчет по прибыли в качестве основы для последующего анализа рентабельности и доходности фирмы.

Б. Рассчитайте ключевые показатели рентабельности фирмы.

В. Рассчитайте ключевые показатели доходности фирмы.

Г. Прокомментируйте найденные значения основных показателей.

Фирма производит продукцию, которую обычно

продает оптовикам на внутреннем рынке по

цене 30 руб. за единицу товара. Мощность

фирмы 2000 единиц товара в месяц. В настоящее время ее месячный выпуск составляет

1000 единиц товара. Издержки на производство и сбыт продукции в расчете на единицу

товара следующие:

- материалы – 2 руб.;

- заработная плата – 7 руб.;

- прочие переменные издержки – 2 руб.;

- постоянные издержки – 5 руб.

Итого затрат на производство – 16 руб.;

- переменные издержки по сбыту – 2 руб.

Всего затрат – 18 руб.

Фирме было предложено заключить контракт

на экспорт 500 единиц товара ежемесячно по

цене 15 руб. за единицу товара. В этом случае

фирма освобождается от транспортных издержек.

Следует ли соглашаться на такой контракт?

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

#### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Исходные идеи, лежащие в основе маркетинга(нужда, потребность, спрос, обмен), сделка как коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами, виды сделок, рынок как совокупность существующих и потенциальных покупателей товара, рынок товаров и рынок услуг, понятие о рынке продавца и рынке покупателя

2. Система внутренней отчетности предприятия

3. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации, отбор источников информации, методы исследования (наблюдение, эксперимент, опрос), орудия исследования, способы связи с аудиторией
  4. Концепция продукта, виды классификации товаров
  5. Эластичность спроса по цене
  6. Методы продвижения продаж.
  7. Основные требования к организации маркетинговой деятельности, схемы организации службы маркетинга (функциональная, по товарам, по рынкам, смешанная)
  8. Причины ведения компаниями международного маркетинга, этапы принятия решения о выходе на международные рынки, факторы среды международного маркетинга.
  9. Маркетинговый контроль входных и выходных параметров маркетинга компании
  10. Понятие о канале распределения товаров и услуг, вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы, типы и число посредников
- LMS-платформа – не предусмотрена

#### **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.