

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Промышленный маркетинг

**Код модуля**  
1163617(1)

**Модуль**  
Экономическая среда предприятия

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Блинов Денис Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- **Блинов Денис Владимирович, Доцент, экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях**

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Промышленный маркетинг**

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

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Промышленный маркетинг**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление 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-15 -Способен выполнять расчеты операционных, финансовых и инвестиционных потоков, необходимые для интегральной оценки эффективности инвестиционного проекта, его устойчивости к изменению условий внутренней и внешней среды как основного фактора развития производства	З-1 - Знать понятие, сущность, содержание операционной, инвестиционной и финансовой деятельности проекта (предприятия) П-1 - Владеть методами оценки и анализа инвестиционных и операционных процессов как основного фактора развития производства У-1 - Уметь рассчитывать операционные, инвестиционные и финансовые потоки и оценивать показатели эффективности проекта и предприятия	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-16 -Способен на основе описания	З-1 - Знать сущность и содержание основных	Домашняя работа Контрольная работа

экономических процессов и явлений оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранным подходом, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты с точки зрения выбранных целевых показателей и с учетом специфики деятельности организации	экономических процессов предприятия и их закономерности в краткосрочной и долгосрочной перспективах П-1 - Владеть методами анализа и прогнозирования экономических показателей с учетом специфики деятельности организации У-1 - Уметь оценивать полученную в ходе анализа информацию и содержательно интерпретировать полученные результаты с точки зрения выбранных целевых показателей	Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
--	---	---

### 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>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>домашняя работа</i>	6,7	66
<i>участие в работе на лекциях</i>	6,17	34
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа</i>	6,15	66
<i>участие в работе на занятиях</i>	6,17	34
<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
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

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

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

## 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

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
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

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика 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	Неудовлетворительно (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. Отличительные особенности промышленного маркетинга: обсуждение кейсов;
  2. Промышленный рынок Свердловской Области и Российской Федерации: их структура и характеристики: обсуждение статистических показателей
  3. Факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на промышленные рынки: обсуждение кейсов и данных статистики
  4. Покупательское поведение организаций на промышленном рынке: обсуждение бизнес-кейсов
  5. Сегментирование рынка, определение целевого сегмента, выделение сегмента на основе данных статистики
  6. Позиционирование компании на промышленном рынке: обсуждение кейсов
  7. . Организация маркетинговых исследований на промышленном рынке: деловая игра
  8. Разработка стратегии организации на промышленном рынке: обсуждение кейсов, деловая игра
  9. Продукт на промышленном рынке: анализ удовлетворяемых потребностей, товары-комплименты и товары-субституты, уровни продукта: деловая игра
  10. Жизненный цикл продукта. Разработка нового продукта: деловая игра
  11. Установление цены на продукт: Деловая игра
  12. Выбор и организация канала распределения: решение задач, деловая игра
  13. . Организация личных продаж на промышленных компаниях: решение задач, деловая игра
  14. Продвижение на промышленных рынках: анализ кейсов, решение задач, деловая игра
  15. Организация маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях
- Примерные задания
- Практические занятия проходят в виде семинаров или деловых игр с защитой презентаций и обсуждением результатов.
- 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. Особенности промышленного маркетинга
2. Особенности промышленных рынков
3. Поведение покупателя на промышленном рынке;
4. Сегментирование и выбор целевого сегмента на промышленном рынке
5. Маркетинговое исследование на промышленном рынке
6. Организация маркетинговой деятельности в промышленной компании.

#### Примерные задания

Управляющему по сбыту в фирме "Rowenta" потребовалась информация о распределении мирового рынка фенов для принятия решения о том, в каком количестве необходимо производить модели фенов в рамках разных ценовых сегментов. На основании данных таблицы:

а) определите, сколько фенов каждой модели должна производить фирма, чтобы продать в каждой из стран. Какие страны являются более предпочтительными для продажи товаров в определенном ценовом сегменте;

б) сопоставьте емкость рынка по каждой модели с производственными возможностями фирмы.

Географические сегменты рынка	Показатели	Уровень цен				Итого
		Низкий < 500 руб.	Средний от 500 до 700 руб.	Высокий от 700 до 900 руб.	Более высокий > 900 руб.	
Россия	Доля ценового сегмента в общем объеме продаж на географическом сегменте рынка, %	37	45	13	5	100
	Общее число реализованных изделий, млн. шт.	3,8	2,6	0,7	0,2	7,3
Франция	Доля ценового сегмента в общем объеме продаж на географическом сегменте рынка, %	14	25	40	21	100
	Общее число реализованных изделий, млн.шт.	1,2	2,3	5,8	3,1	12,4
Итого	Емкость рынка по каждой модели, млн.шт.	5,0	4,9	6,5	3,3	19,7
	Производственные возможности фирмы, млн.шт.	8,0	6,9	6,5	3,7	25,1

#### Решение

Определим емкость рынка ( $E_{pi}$ ) по каждой модели по формуле:  $E_{pi} = \sum C_i * q_i$  где  $C_i$  – общее число реализованных изделий по каждому региону, млн. шт.;  $q_i$  – доля ценового сегмента в общем объеме продаж, %. Просуммируем полученные результаты в пределах данного ценового сегмента по всем географическим районам сбыта. Например, емкость рынка в рамках низкого уровня цен будет равна 5,0 млн.руб. ( $0,37 * 7,3 + 0,14 * 12,4$ ).

#### Выводы:

а) анализ данных таблицы показывает, что в России наибольшим спросом пользуются дешевые и средние по цене изделия, в то время как во Франции потребители предпочитают дорогие фены. Следовательно, емкость рынка для качественной продукции во Франции является более высокой, чем в России;

б) фирма, исходя из своих производственных возможностей, может увеличить выпуск дешевых фенов, рассчитывая на растущий российский рынок и производство средней по цене продукции для удовлетворения спроса граждан России со средними доходами.



LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Анализ отраслевой структуры промышленных рынков Свердловской Области
2. Анализ структуры и показателей деятельности промышленности Российской Федерации
3. Анализ экспорта и импорта промышленной продукции из РФ
4. Классификация промышленных организаций по типам покупательского поведения
5. Сегментирование промышленного рынка и выбор целевого сегмента
6. Позиционирование компании и ее продукции на промышленном рынке

Примерные задания

Провести анализ экспорта и импорта по любому виду промышленной продукции из России. Ответ подготовить в виде презентации на 3-5 слайдов. Результаты работы обсуждаются на практических занятиях

LMS-платформа – не предусмотрена

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

#### **5.3.1. Экзамен**

Список примерных вопросов

1. Расскажите о существующих подходах к разделению маркетинга на промышленный и потребительский. На чем они основаны?
2. Что представляет собой промышленный рынок? Какого рода блага обращаются на промышленном рынке?
3. Чем обусловлены различия между промышленным и потребительским маркетингом? В чем они выражаются?
4. Поясните, кто является участником промышленного рынка? Перечислите основные типы участников промышленного рынка. Расскажите об особенностях поведения субъектов промышленного рынка. Чем они обусловлены?
5. Охарактеризуйте спрос на промышленном рынке. В чем его отличие от спроса на ТПН?
6. Почему на промышленных рынках спрос в большинстве случаев неэластичен?
7. Опишите процесс установления и развития отношений между партнерами. Какими переменными можно описать отношения?
8. Почему участники промышленного рынка нацелены на долгосрочные отношения? Что понимается под инвестициями в отношения? Какого рода они бывают?
9. Охарактеризуйте возможные формы взаимодействия между участниками промышленного рынка? Расскажите о видах технико-экономического и производственного сотрудничества.
10. Каковы основные типы конкуренции на промышленных рынках? Поясните на примерах.

11. Обоснуйте актуальность проведения маркетинговых исследований в промышленной среде. Сформулируйте особенности маркетинговых исследований на промышленном рынке.

12. Опишите процесс маркетингового исследования в промышленной среде, раскройте содержание дополнительных этапов в процессе исследования. В чем их значение?

13. Обоснуйте необходимость проведения на промышленных рынках исследований качественного порядка.

14. Раскройте мотивацию промышленного покупателя, определяющую его спрос на ППТН.

15. Раскройте сущность потребностей покупателей в отношении организации и осуществления поставок

16. Опишите процесс принятия решения о закупке в промышленной среде. В чем его отличие от процесса решения на потребительском рынке?

17. . Расскажите об особенностях сегментации на промышленных рынках.

18. Расскажите об особенностях ценообразования и сбыта сырьевых товаров.

19. Раскройте различия между маркетингом основных и вспомогательных материалов.

20. Расскажите об особенностях маркетинга комплектующих.

21. Чем обусловлено сходство маркетинга взаимодополняющих деталей с маркетингом ТНП?

22. Каковы основные критерии оценки оборудования потребителем?

23. Поясните различия между маркетингом универсального и специализированного основного оборудования.

24. Что представляет собой поставка комплектного оборудования? В чем ее целесообразность для потребителя? поставщика?

25. Расскажите о маркетинге объектов капитального строительства.

26. Расскажите об особенностях маркетинга услуг на промышленном рынке

27. Содержание и особенности продуктовой политики на промышленном рынке.

28. Понятие и содержание «ценовой политики» в промышленном маркетинге.

Специфика ценовой политики для промышленного маркетинга

29. Расскажите об особенностях функции распределения в промышленном маркетинге.

Типы посредников, структура канала распределения, основные принимаемые решения

30. Расскажите об особенностях продвижения на промышленном рынке.

31. В чем заключается организационные вопросы осуществления маркетинга на промышленном рынке?

LMS-платформа – не предусмотрена

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

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Формирование социально-значимых ценностей	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология самостоятельной работы	ПК-15	П-1	Домашняя работа Контрольная работа Практические/семинарские занятия Экзамен
			ПК-16	П-1	

