

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Управленческие процессы и решения в маркетинге

Код модуля
1150155

Модуль
Актуальные проблемы маркетинговой
деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Матушкина Ольга Евгеньевна	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	маркетинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Матушкина Ольга Евгеньевна, Доцент, маркетинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Управленческие процессы и решения в маркетинге**

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Управленческие процессы и решения в маркетинге**

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-2 -Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе, кросс-культурной) и динамичной среды	З-1 - Знать способы подготовки и приемы выработки обоснованных организационно-управленческих решений П-1 - Владеть навыками реализации управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамической среды У-1 - Уметь оценивать принимаемые организационно-управленческие и финансовые решения с точки зрения их операционной и организационной эффективности и социальной значимости	Домашняя работа Контрольная работа 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

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 1.00		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	3,9	50
<i>контрольная работа</i>	3,7	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.50		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – экзамен Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.50		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
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		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям –

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 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. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Разбор практических ситуаций и принятие управленческих решений по введению на рынок нового продукта, поиска рыночной ниши, формированию портрета потребителя, оптимизации каналов сбыта, управлению внутренней средой маркетинга

2. Разбор практических ситуаций по поиску и выделению проблем деятельности предприятия. Переход от управленческой проблемы к проблеме поиска информации и проведению маркетинговых исследований.

3. Разбор практических ситуаций и принятие управленческих решений по определению потребительских ценностей и форм созреваания потребностей. Измерение познавательной реакции. Измерение эмоциональной и поведенческой реакции. Анализ существующих и потенциальных покупателей.

4. Разбор практических ситуаций и принятие управленческих решений по анализу рынка. Индексные и трендовые модели в анализе динамики рынка. Прогнозирование

развития рынка. Анализ колеблемости/устойчивости развития рынка. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.

5. Разбор практических ситуаций и принятие управленческих решений по изменению качественных характеристик товара. Критерии отбора проектов и обеспечения качества нового товара и услуги. Формирование коммерческого предложения инновационных продуктов и технологий.

6. Принятие управленческих решений в процессе повышения уровня конкурентоспособности товара и предприятия. Исследование конкуренции на рынке

7. Принятие управленческих решений при выборе маркетинговой стратегии для повышения конкурентоспособности предприятия (М. Портер). Матричные методы анализа конкурентоспособности Р. Вернона. Модель рыночной привлекательности и конкурентных позиций Х. Шендела.

8. Принятие управленческих решений по выбору метода оценки исходной информации и оценке ее эффективности.

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. Введение на рынок нового продукта, поиск рыночной ниши
2. Формирование портрета потребителя
3. Оптимизация каналов сбыта
4. Управление внутренней средой маркетинга
5. Потребительские ценности и формы созревания потребностей
6. Познавательная реакция. Эмоциональная и поведенческая реакция
7. Существующие и потенциальные покупатели
8. Индексные и трендовые модели в анализе динамики рынка. Прогнозирование развития рынка
9. Анализ колеблемости/устойчивости развития рынка
10. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка
11. Анализа степени ориентированности компании на рынок. Расчет потенциальной и реальной емкости рынка
12. Рыночная модель У. Шарпа.
13. Критерии отбора проектов и обеспечения качества нового товара и услуги
14. Формирование коммерческого предложения инновационных продуктов и технологий

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. На основании выбранного объекта исследования провести следующие практические мероприятия: Выделить управленческую проблему (Падают продажи (при прежнем уровне качества продукции (услуги); при прежнем уровне цены). Снижаются финансовые потоки (рост дебиторской задолженности). Появляются новые конкуренты (уменьшается Ваша доля рынка). Акционные мероприятия не приводят к росту продаж. Активизация рекламной компании не приводит к росту продаж. Текучесть кадров. Проблемы в снабжении.) Выбор направление сбора информации для решения данной проблемы (дерево решений). Собрать и обработать полученную информацию. Принять управленческое решение по выбранной проблеме.

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Решение практических ситуаций по введению на рынок нового продукта, поиску рыночной ниши
2. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по введению на рынок нового продукта, поиска рыночной ниши
3. Решение практических ситуаций по формированию портрета потребителя, оптимизации каналов сбыта, управлению внутренней средой маркетинга
4. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по формированию портрета потребителя, оптимизации каналов сбыта, управлению внутренней средой маркетинга
5. Решение практических ситуаций по разработке индексных и трендовых моделей в анализе динамики рынка. Прогнозирование развития рынка
6. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по применению индексных и трендовых моделей в анализе динамики рынка. Прогнозирование развития рынка.
7. Решение практических ситуаций по критериям отбора проектов и обеспечения качества нового товара и услуги. Формирование коммерческого предложения инновационных продуктов и технологий
8. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по критериям отбора проектов и обеспечения качества нового товара и услуги. Формирование коммерческого предложения инновационных продуктов и технологий
9. Решение практических ситуаций по управлению внутренней средой маркетинга
10. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по управлению внутренней средой маркетинга
11. Решение практических ситуаций по анализу степени ориентированности компании на рынок
12. Разработка рекомендаций предприятию (организации) по анализу степени ориентированности компании на рынок

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.