

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.08.2026 13:44:17  
Уникальный программный ключ:  
40a6db1879d6a9ee29ec8e0ffb2f95e4614a0998

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

УТВЕРЖДАЮ

декан инженерно-технологического  
факультета

Иванова М.А.

(электронная цифровая подпись)

13 мая 2026 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

|                                         |                                               |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Направление<br>подготовки/Специальность | <u>35.03.06 Агроинженерия</u>                 |
| Направленность (профиль)                | <u>Экономика и управление в агроинженерии</u> |
| Квалификация выпускника                 | <u>бакалавр</u>                               |
| Форма обучения                          | <u>очная</u>                                  |
| Срок освоения ОПОП ВО                   | <u>4 года</u>                                 |

Фонд оценочных средств предназначен для оценивания сформированности компетенций по дисциплине «Основы маркетинга».

Разработчик:

Заведующий кафедрой

экономики, управления и

техносферной безопасности

\_\_\_\_\_ Василькова Т.М.

Утвержден на заседании кафедры:

«Экономика, управление и техносферная безопасность», протокол № 7 от 19.03.2026 г.

(наименование кафедры)

(номер и дата протокола)

Заведующий кафедрой

Василькова Т.М.

(фамилия и инициалы)

\_\_\_\_\_ (электронная цифровая подпись)

Согласовано:

Председатель методической комиссии инженерно-технологического факультета

Трофимов М.А.

(фамилия и инициалы)

\_\_\_\_\_ (электронная цифровая подпись)

протокол № 5 от «12» мая 2026 года

## Паспорт фонда оценочных средств

Таблица 1 – Паспорт фонда оценочных средств

| Модуль дисциплины                              | Формируемые компетенции или их части                                                                                                                                                                                                                                        | Оценочные материалы и средства             | Количество |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------|
| Теоретические основы маркетинга.               | <p style="text-align: center;">УК-1<br/>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.<br/>ПКос-3 Способен проводить финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками</p> | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Маркетинговая среда                            |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Поведение покупателей на потребительском рынке |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Рынок товаров промышленного назначения         |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Маркетинговые исследования и информация        |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Товары, товарные марки, упаковка               |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |
| Маркетинговая коммуникация                     |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Защита практической работы (собеседование) | 6          |
|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Комплект тестовых заданий                  | 1          |

# 1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Формируемые компетенции (или их части)

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                       | Наименование индикатора формирования компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Оценочные средства для текущего контроля успеваемости                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <b>Все темы дисциплины</b>                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                           |
| <b>УК-1</b><br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.<br><b>ПКос-3</b> Способен проводить финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками | ИД-1 <sub>УК-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.<br>ИД-2 <sub>УК-1</sub> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.<br>ИД-3 <sub>УК-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.<br>ИД-4 <sub>УК-1</sub> Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности<br>ИД-5 <sub>УК-1</sub> Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи<br>ИД-1 <sub>ПКос-3</sub> Проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками | <i>тестирование<br/>защита<br/>практических работ<br/>(собеседование)</i> |

## Оценочные материалы и средства для проверки сформированности компетенций

**Вопросы для защиты практических работ (собеседования) по темам:**

### **Тема 1. Теоретические основы маркетинга**

1. Каковы исторические условия возникновения маркетинга?
2. Назовите основные этапы развития маркетинга.
3. В чём заключается главное отличие концепции маркетинга от концепции стимулирования продаж?
4. В чём состоит особенность маркетинга, ориентированного на потребителя?
5. Что нового внесла концепция социально-этичного маркетинга?
6. В чём заключаются особенности применения современного маркетинга в нашей стране?

### **Тема 2. Маркетинговая среда**

1. Основные факторы микросреды
2. Основные факторы макросреды
3. Анализ рыночных возможностей
4. Принципы и подходы при отборе целевых рынков
5. Организация маркетинговой деятельности

### **Тема 3. Поведение покупателей на потребительском рынке**

1. Характеристики покупателей
2. Процесс принятия решения о покупке
3. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки

### **Тема 4. Рынок товаров промышленного назначения.**

1. Особенности рынка товаров промышленного назначения (ТПН).
2. Виды закупок ТПН.
3. Процесс принятия решений о закупках ТПН.
4. Рынок государственных учреждений
5. Сформулируйте определение сегментации рынка.
6. Перечислите основные признаки сегментации рынка.

### **Тема 5. Маркетинговые исследования и информация**

1. Концепция и состав системы маркетинговой информации.

## 2. Методика маркетинговых исследований.

1. Что такое конкурентоспособность товара?

2. В чём проявляется воздействие рынка на качество и конкурентоспособность товара?

### Тема 6. Товары, товарные марки, упаковка

1. Что такое товар и каковы его характеристики?

2. Чем отличается товар от товарной единицы?

3. Что представляет собой понятие «качество товара»?

4. Что такое жизненный цикл товара и в чём он проявляется?

5. Какой элемент упаковки является наиболее важными?

6. Какая часть упаковки содержит основную информацию о товаре?

7. Какая информация содержится на этикетке?

8. Основные функции, которые выполняет товарная марка?

9. Чем отличается товарный знак от марочного знака?

10. Что позволяет начинающей фирме выделиться на рынке?

### Тема 7: Маркетинговая коммуникация

1. Раскройте основные требования предъявляемые к рекламе.

2. Какая реклама позволяет позиционировать фирму и ее товары?

3. Приведите основные элементы формулы успешной рекламы.

4. Какой из способов предоставления рекламы самый затратный?

5. Назовите основные этапы рекламной программы.

6. Раскройте связь видов рекламы с стадиями жизненного цикла товара.

**Таблица 4 – Критерии оценки сформированности компетенций**

| Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)                                       | Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)                                                                                                                    |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                | на базовом уровне                                                                                                                                                                       | на повышенном уровне                                                                                                                                     |                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                | соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла                                                                                                                  | соответствует оценке «хорошо» 65-85% от максимального балла                                                                                              | соответствует оценке «отлично» 86-100% от максимального балла                                                                                               |
| ИД-1 <sub>ук-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.    | Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы материала, Испытывает затруднения при анализе задачи, выделении ее базовых составляющих, декомпозиции задачи. | Студен в целом умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи                                             | Студен умеет самостоятельно анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи                                         |
| ИД-2 <sub>ук-1</sub> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. | Находит фрагментарную информацию, необходимую для решения поставленной задачи, затрудняется при ее критическом анализе                                                                  | Студен способен находить и критически анализировать основную информацию, необходимую для решения поставленной задачи при экономической оценке инвестиций | Студен умеет самостоятельно находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи при экономической оценке инвестиций |
| ИД-3 <sub>ук-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.    | Не формирует целостного представления о всех возможных вариантах решения задачи, испытывает затруднения при оценке их достоинства и недостатки.                                         | Студент с незначительными недочетами рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                              | Студент комплексно рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                                                   |
| ИД-4 <sub>ук-1</sub> Грамотно, логично, аргументировано                                                        | Формирует собственные суждения и оценки не всегда логически                                                                                                                             | Студен демонстрирует в целом способность формировать                                                                                                     | Студен демонстрирует способность грамотно, логично, аргументировано                                                                                         |

|                                                                                                                                               |                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | выстроено и грамотно. С затруднениями отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других | собственные суждения и оценки, отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | формировать собственные суждения и оценки, отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности |
| ИД-5 <sub>ук-1</sub> Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                              | Испытывает затруднения при определении и оценке последствий возможных решений задачи                               | Студент с некоторыми погрешностями определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                      | Студент самостоятельно определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                              |
| ИД-1 <sub>пкос-3</sub> Проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками                                             | Испытывает затруднения при проведении финансового анализа, бюджетировании и управлении денежными потоками          | Студент с незначительными недочетами проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками                     | Студент самостоятельно проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками                                               |

### Фонд тестовых заданий для промежуточного контроля знаний по дисциплине

**Контрольная работа по дисциплине осуществляется в форме тестирования формируется из фонда тестовых заданий.**

*Выберите один правильный вариант ответа:*

**Рынок, в состав которого входят покупатели, проявляющие интерес к приобретению товара, называется рынком:**

действительным  
+потенциальным  
квалифицированным  
освоенным.

**На рынке, где спрос на товары превышает предложение, используется следующая концепция маркетинговой деятельности:**

+развития производства  
совершенствования товара  
стимулирования продажи  
маркетинга.

**Нужда становится мотивом совершения покупки:**

когда человек удовлетворяет ее  
+когда она достигает максимального уровня  
в процессе ее удовлетворения  
с момента ее появления.

**Форма, в которой происходит удовлетворение покупателей автомобилей «Лада Kalina», представляет собой:**

потребность  
+нужду  
запрос  
желание.

**Для «рынка продавца» технологического оборудования в сбыте товаров характерна:**

+легкость  
трудность  
быстрота  
задержка.

**Для «рынка покупателя» легковых автомобилей характерны издержки обращения:**

+высокие

низкие

средние

умеренные.

**Юридические и физические лица, приобретающие товары для личного потребления, называются \_\_\_\_\_ потребителями.**

+конечными

потенциальными

реальными

основными.

**В данной концепции маркетинговой деятельности для достижения успеха обращается особенное внимание на факторы маркетинговой среды:**

совершенствование товара

+стратегического маркетинга

социального маркетинга

маркетинга.

**Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворять:**

потребность в любви

потребность в безопасности

+физиологические потребности

потребность в саморазвитии.

**Главным в определении маркетинга является:**

сбыт товара

снижение издержек производства

+удовлетворение потребностей потребителей

установление цены товара.

**При выборе поставщиков сырьевых и материально-технических ресурсов фирма обращает особенное внимание на:**

местоположение поставщика

качество ресурсов

+надежность поставщика

условия транспортировки.

**Совокупность покупателей, одинаково реагирующих на один и тот же предлагаемый товар и комплекс маркетинга, — это:**

массовый рынок

рыночная ниша

+сегмент рынка

целевой рынок.

**Процесс сегментации целевого рынка представляет собой:**

разделение товаров

+разделение покупателей

разделение продавцов

разделение сфер деятельности.

**Формирование сегмента по составу семьи относится к следующему признаку сегментации целевого рынка:**

географическому

+демографическому

поведенческому

личностному.

**Фирма по ремонту престижных легковых автомобилей для обслуживания целевого рынка клиентов использует следующий подход:**

массовый  
дифференцированный  
+концентрированный  
персональный.

**Предлагая своим покупателям легковой автомобиль марки «Т» черного цвета, фирма «Форд» применяла следующий подход к удовлетворению целевого рынка:**

+массовый  
дифференцированный  
концентрированный  
персональный.

**Диверсификация производственно-коммерческой деятельности компании «Дженерал Моторс» предполагает использование следующего подхода к целевому рынку:**

массового  
+дифференцированного  
концентрированного  
персонального.

**Стратегия диверсификации предполагает:**

проникновение на новые рынки с прежним товаром  
+проникновение на новые рынки с новым товаром  
проникновение на имеющиеся рынки с новым товаром  
проникновение на имеющиеся рынки с прежним товаром.

**Позиционирование товара на рынке представляет собой:**

+определение места для своего товара в ряду аналогов  
сегментирование рынка  
широкомасштабная рекламная кампания  
продвижение товаров на рынке.

**Атрибутом позиционирования является:**

количество сотрудников на предприятии  
+цена выпускаемого товара  
производственная мощность предприятия  
широта ассортимента выпускаемой продукции.

**Совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, способствующих созданию его превосходства перед аналогичными товарами, определяет \_\_\_\_\_ товара.**

рыночную ценность  
+конкурентоспособность  
потребительскую стоимость  
качество товара.

**Основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынка товаров широкого потребления состоит в том, что**

+на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее  
спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления  
спрос на товары меняется быстро  
спрос на товары меняется медленно.

**Процесс увеличения видов производственно-коммерческой деятельности и расширения товарного ассортимента называется:**

симплификация  
+диверсификация  
комплектация  
инновация.

**К какому виду товара относится купленная машина:**

товар личного потребления

товар массового спроса  
+товар предварительного выбора  
товар особого спроса.

**В конце XX века компания «Форд» разработала электромобиль, обратив особенное внимание на следующие свойства:**

функциональные  
+экологические  
эргономические  
эстетические.

**Реализуемые населению хлеб и молоко можно отнести к следующей классификационной группе товаров:**

товары импульсной покупки  
товары особого спроса  
+товары постоянного спроса  
товары предварительного выбора.

**На стадии "рост" фирма получает от продажи товара прибыли, которые обладают следующими характеристиками:**

низкие  
+быстро возрастающие  
сокращающиеся  
высокие.

**Жизненный цикл товара – это:**

+период времени жизни товара на рынке  
график прогноза сбыта товара  
концепция описания сбыта  
процесс выведения товара на рынок.

**На этой стадии жизненного цикла товара фирма должна предпринять выпуск на рынок нового товара или марки:**

зрелость  
рост  
+насыщение  
спад.

**На этой стадии жизненного цикла товара фирма получает убытки при сравнительно высоких ценах:**

роста  
+внедрения  
зрелости  
спада.

**На этапе внедрения товара затраты на маркетинг:**

сравнительно низкие  
+сравнительно высокие  
сокращаются  
возрастают.

**Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара:**

рост, зрелость, выведение, спад  
внедрение, зрелость, рост, спад  
+рост, зрелость, насыщение, спад  
внедрение, рост, зрелость, спад

**Основное предназначение товарной марки заключается в том, чтобы:**

компенсировать недостающее качество товара  
обосновывать более высокую цену на товар  
+дифференцировать на рынке товар среди других

подчеркивать потребительские свойства товара

**Долгосрочная кампания по внедрению в сознание и память покупателей конкретной товарной марки называется:**

сэмплинг

билдинг

сайлинг

+брендинг

**Для юридической защиты товарной марки или ее элементов в маркетинге используется:**

марочное название

+товарный знак

марочный знак

логотип.

**Процентные отчисления известной фирме за использование ее товарной марки называется:**

маржа

+роялти

френчайз

комиссионные.

**Главное отличие пропаганды от рекламы заключается в:**

ее платности

ее личном характере

ее общественном характере

+ее бесплатности

**Реклама выступает как:**

средство живого общения с покупателями

способ диалога с аудиторией

+средство убеждения

средство установления тесных контактов с потребителями

**Реклама сельскохозяйственной техники имеет информирующую цель на стадии:**

+внедрения

зрелости

роста

насыщения.

**Для распространения информации о самой фирме используется реклама следующего вида:**

рубричная

товарная

+корпоративная

пропагандирующая

**Реклама запчастей имеет информирующий характер на следующей стадии жизненного цикла товара:**

+внедрение

рост

зрелость

насыщение

**Наиболее дорогостоящим этапом в процессе разработки рекламной программы является:**

определение рекламной цели

разработка рекламного обращения

расчет рекламного бюджета

+выбор способов распространения рекламы.

**Для укрепления своих позиций на российском рынке объединение «Свобода» решило обратить особое внимание на следующий вид рекламы:**

пропагандирующая  
товарная  
+корпоративная  
сэмплинг.

**Для увеличения своей доли рынка горюче-смазочных материалов путем проведения интенсивной рекламы фирма использует:**

+стимулирующую стратегию  
сбытовую стратегию  
инновационную стратегию  
ценовую стратегию.

**Ностальгический всплеск спроса может иметь место на следующей стадии жизненного цикла товара:**

роста  
+насыщения  
зрелости  
спада.

**Основная цель рекламной кампании направляется на:**

+формирование спроса  
стимулирование сбыта  
увеличение продаж  
увеличение прибыли.

**Рекламируя товар, продавец должен выступать с утверждениями относительно товара, которые:**

немного преувеличивают его реальные свойства;  
+достоверно отражают его свойства;  
не соответствуют его реальным свойствам;  
менее всего расхваливают данный товар.

**Технология паблик рилейшнз включает в себя:**

постановку задач, анализ и исследования  
разработку программы и сметы  
осуществление программы и оценку результатов  
+все вышеперечисленное.

**К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести:**

+значительный практический опыт агентства  
заинтересованность сотрудников в успехе мероприятий  
экономии средств на рекламу  
все вышеперечисленное.

**Паблик рилейшнз представляет собой:**

специализированные выставки  
персональные продажи  
+связи с общественностью  
пропаганда.

**Цена на товары высокого качества известной фирмы называется:**

разовой  
+престижной  
эксклюзивной  
фирменной.

**Фирма «Катерпиллар», обращая внимание потенциальных покупателей на различные выгодные стороны использования ее техники, применяет следующий метод ценообразования:**

средние издержки + прибыль  
обеспечение целевой прибыли

+на основе ощущаемой ценности  
на основе текущих цен.

**Стратегия гибких цен в маркетинге ...**

базируется на установлении цен ниже круглых сумм

+предполагает, что покупатели могут торговаться с продавцом  
эффективна только для товаров, имеющих несколько назначений  
используется как средство выделения товара модели «люкс».

**Фирма «Форд», выпускавшая легковые автомобили марки «Т» по доступным для покупателей ценам, преследовала цель:**

+завоевание лидерства на рынке  
получение максимальной прибыли  
достижение стабильного положения  
обеспечение динамичности на рынке.

**Метод ценообразования, который позволяет увязывать личностные особенности покупателей, потребительские свойства товаров, место и время их предложения:**

метод психологической цены  
+на основе ощущаемой ценности  
обеспечение целевой прибыли  
затратно-маркетинговый метод.

**Швейцарская компания «Вашерон Константин», выпускающая самые дорогие в мире ручные часы (\$ 8 млн.), в своей ценовой политике ставит целью:**

+получение максимальной прибыли  
достижение стабильного положения  
завоевание лидерства на рынке  
завоевание престижного положения.

**Фирмы, помогающие кампании в продвижении, сбыте и распространении, ее товаров среди клиентов, — это:**

+маркетинговые посредники  
контактные аудитории  
торговые посредники  
внутренняя среда фирмы

**Критерием классификации каналов распределения на прямые и косвенные является использование в процессе перемещения товаров от производителя к потребителям:**

средств прямого маркетинга  
промежуточных складов  
транспортных организаций  
+посредников.

**Дополните**

\_\_\_\_\_ свойства (конкурентоспособность) продукции, лежащие в основе анализируемой идеи, определяют выбор технологии, организации и управления производством.

Правильный ответ: Потребительские

**Длина канала распределения представляет собой:**

расстояние от места производства до места потребления товара  
число транспортных организаций, участвующих в перевозках  
+ количество независимых участников товародвижения  
количество торговых посредников в процессе товародвижения.

**К стимулированию сбыта можно отнести:**

конкурсы с подарками  
беспроигрышные лотереи  
зачетные купоны, скидки

+все вышеперечисленное.

**Система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей, называется:**

логистикой

каналом распределения

+товародвижением

коммуникацией.

**Юридическое или физическое лицо, заключающее сделки купли-продажи товаров от имени и по поручению фирмы-заказчика, — это**

агент

дистрибьютор

дилер

+брокер.

**Юридическое или физическое лицо, заключающее сделки купли-продажи автомашин, сельскохозяйственной техники и др. от собственного имени и за свой счет, — это**

агент

дистрибьютор

+дилер

брокер.

**Самые низкие затраты на перевозку товаров при использовании следующего вида транспорта:**

+водный

трубопроводный

автомобильный

железнодорожный.

**Самая высокая скорость доставки товаров при использовании следующего вида транспорта:**

водный

трубопроводный

+автомобильный

железнодорожный.

**Наименее дорогим видом маркетинговой информации является:**

первичная

собранная в ходе анкетирования

+вторичная

собранная в ходе тестирования.

**К каналам личной коммуникации можно отнести:**

+общение одного лица с аудиторией

прямую почтовую рекламу

рекламу по телевидению

печатную рекламу.

**Прямой маркетинг - это:**

устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем

устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей

+продажа товаров с помощью почты, телефона, смс

благожелательное представление товара в СМИ.

**Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:**

+пяти элементов

шести элементов

девяти элементов

трех элементов.

**Обязательным элементом процесса маркетинговой коммуникации является:**

реклама  
стимулирование сбыта  
+обратная связь  
все перечисленные.

**Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами:**

прямого маркетинга  
пропаганды  
рекламы

+стимулирования сбыта.

**Установление емкости рынка относится к следующему направлению маркетинговых исследований:**

изучение товара  
+изучение рынка  
изучение покупателей  
изучение конкурентов.

**Изучение справочников и статистической литературы относится к этому виду маркетинговых исследований рынка:**

+кабинетное исследование  
панельное исследование  
полевое исследование  
выборочное исследование.

**Обратная связь представляет собой:**

+часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя  
набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями  
процесс, в котором получатель придает значение символам,  
переданным отправителем  
информация, которую отправитель передает получателю.

**Метод сбора первичной информации - это:**

+эксперимент  
работа с научной литературой  
работа со статистическими данными  
работа с документацией предприятия.

**В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии:**

+неосведомленности  
осведомленности  
благорасположения  
знания.

**В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:**

+обратная связь;  
специфическая атмосфера;  
внушение;  
чувство уверенности.

**Прямая рассылка (директ мейл) не эффективен, если:**

обслуживается постоянная клиентура  
рекламируются товары массового потребления  
+ фирма не имеет собственного отдела рассылки  
адресная база включает свыше пятисот клиентов.

**Этот тип вопроса в анкете более сложен, но обеспечивает получение большего количества информации:**

+открытый  
закрытый  
прямой  
косвенный.

**Характерной чертой наблюдения как метода получения маркетинговой информации является...**

сбор информации из вторичных источников  
+пассивная регистрация происходящих событий  
активное участие наблюдателя в изучаемом процессе  
учет условий для проведения исследования.

**В процессе сбора первичной информации используются различные способы, самым дорогостоящим из которых является:**

наблюдение  
+обследование  
эксперимент  
имитация.

**Способ получения маркетинговой информации, для которого характерна проверка причинно-следственной связи, называется:**

обследование  
наблюдение  
+эксперимент  
имитация.

**Одним из основных элементов маркетинговой информационной системы является подсистема:**

наблюдения за рынком  
+внутренней отчетности  
автоматизации проектирования товаров  
управления технологическим процессом.

**Основанием для организации маркетинговой деятельности фирмы на стратегическом уровне является:**

цели маркетинга  
директива президента фирмы-производителя  
цели фирмы-производителя  
+программа (миссия) фирмы-производителя.

**В матрице «Развитие товара и рынка» стратегия диверсификации используется в следующей комбинации условий:**

существующий товар на новом рынке  
+новый товар на новом рынке  
новый товар на существующем рынке  
существующий товар на существующем рынке.

**В матрице оценки отдельных товаров товар с высокими темпами продажи и низким удельным весом занимает положение**

звезда спроса  
+трудный ребенок  
злая собака  
дойная корова.

**В матрице оценки отдельных товаров товар с низкими темпами продажи и высоким удельным весом занимает положение**

звезда спроса  
злая собака  
+дойная корова  
трудный ребенок.

**Используемый в маркетинговой практике вид планирования, который обеспечивает достижение необходимых изменений в деятельности с учетом потенциала фирмы:**

+стратегическое планирование  
скользящее планирование  
ситуационное планирование  
сетевое планирование.

**Предоставляя своим покупателям новые марки автомобилей, розничный торговец использует следующий вариант маркетинговой стратегии:**

проникновение на рынок

развитие рынка

+разработка товара

диверсификация

**Таблица 5 – Критерии оценки сформированности компетенций**

| Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)                                                                                                                              | Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                       | на базовом уровне                                                                                                                                                                                      | на повышенном уровне                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                       | соответствует оценке «удовлетворительно»<br>50-64% от максимального балла                                                                                                                              | соответствует оценке «хорошо»<br>65-85% от максимального балла                                                                                                                           | соответствует оценке «отлично»<br>86-100% от максимального балла                                                                                                                                                    |
| ИД-1 <sub>ук-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.                                                                                           | Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы материала, Испытывает затруднения при анализе задачи, выделении ее базовых составляющих, декомпозиции задачи.                | Студен в целом умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи                                                                             | Студен умеет самостоятельно анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи                                                                                                 |
| ИД-2 <sub>ук-1</sub> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.                                                                                        | Находит фрагментарную информацию, необходимую для решения поставленной задачи, затрудняется при ее критическом анализе                                                                                 | Студен способен находить и критически анализировать основную информацию, необходимую для решения поставленной задачи при экономической оценке инвестиций                                 | Студен умеет самостоятельно находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи при экономической оценке инвестиций                                                         |
| ИД-3 <sub>ук-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                                                                                           | Не формирует целостного представления о всех возможных вариантах решения задачи, испытывает затруднения при оценке их достоинства и недостатки.                                                        | Студент с незначительными недочетами рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                                                              | Студент комплексно рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                                                                                                           |
| ИД-4 <sub>ук-1</sub> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | Формирует собственные суждения и оценки не всегда логически выстроено и грамотно. С затруднениями отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | Студен демонстрирует в целом способность формировать собственные суждения и оценки, отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | Студен демонстрирует способность грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки, отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности |
| ИД-5 <sub>ук-1</sub> Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                                                                                      | Испытывает затруднения при определении и оценке последствий возможных решений задачи                                                                                                                   | Студент с некоторыми погрешностями определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                                                           | Студент самостоятельно определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                                                                                                  |
| ИД-1 <sub>ПКос-3</sub> Проводит финансовый анализ, бюджетирование и                                                                                                                                   | Испытывает затруднения при проведении финансового анализа,                                                                                                                                             | Студент с незначительными недочетами проводит                                                                                                                                            | Студент самостоятельно проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление                                                                                                                                      |

|                               |                                                |                                                                   |                    |
|-------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|
| управление денежными потоками | бюджетировании и управлении денежными потоками | финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками | денежными потоками |
|-------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|

## 2 ОЦЕНИВАНИЕ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ, РЕГЛАМЕНТИРУЕМЫХ УЧЕБНЫМ ПЛАНОМ

Выполнение курсовой работы (проекта) по дисциплине не предусмотрено

## 3 ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине экзамен.

### ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

**УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач 2 шт.**

Дополните

1. \_\_\_\_\_ свойства (конкурентоспособность) продукции, лежащие в основе анализируемой идеи, определяют выбор технологии, организации и управления производством.

Правильный ответ: Потребительские

Дополните

2. \_\_\_\_\_ - существующие или разрабатываемые (создаваемые) параллельно смежные системы (управления, маркетинга, логистики и т.п.), объекты, субъекты и другие технологические решения, влияющие на данное технологическое решение.

Правильный ответ: Внешняя среда (технологического решения)

**ПКос-3 Способен проводить финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками 9 шт**

Дополните

1.Какая теория предполагает, что потребители способны к непротиворечивому выбору при потреблении товаров\_\_\_\_\_

Ответ: Теория потребительских предпочтений

Дополните

2. Взвесив свои возможности, потребитель был готов заплатить 400 рублей за будильник. Придя в магазин, он обнаружил, что может купить его за 360 рублей. В этом случае потребительский излишек составит\_\_\_\_\_

Правильный ответ: 40 руб.

Дополните

3.На рынке, где спрос на товары превышает предложение, используется следующая концепция маркетинговой деятельности\_\_\_\_\_

Правильный ответ: развития производства

Дополните

4. Спрогнозируйте изменение прибыли компании через 3 года при следующих условиях: По мере того, как усиливается конкуренция, доля компании на рынке ежегодно снижается на 5 процентных пункта. Но, в то же время, сам рынок демонстрирует рост со скоростью 200 тыс. ед. в год. На настоящий момент емкость рынка – 800 тыс. ед., доля компании на нем – 35%; прибыль с единицы продукции – 2 д.е. Через 3 года прибыль составит \_\_\_\_\_

Правильный ответ: 600

5. Рассчитайте емкость рынка ( $K_{пр}$ ) товара при следующих условиях: рынок однороден; число потребителей ( $Ч$ ) товара составляет 10 млн. человек. среднее потребление товара ( $H$ ) 25 единиц в год на тысячу человек населения; товар эластичен по цене – при увеличении цены на 1% потребление снижается на 1,2% ( $K_{э}=1,2\%$ ); по прогнозам цена увеличится на 5% ( $Ц_{пр}=5\%$ ); население на начало года обеспечено данным товаром в количестве 10 тыс. ед. ( $K_{ф}=10$  тыс. ед.); за год приходит в негодность и требует замены 4 тыс. ед. ( $K_{зам}=4$  тыс. ед.). Емкость рынка товара составит \_\_\_\_\_

Правильный ответ: 229 000 штук

6. Необходимо спрогнозировать коэффициент изменения спроса при условии, что товар эластичен по цене – при увеличении цены на 1% потребление снижается на 1,3% ( $K_{э}=1,3\%$ ), а по прогнозам цена увеличится на 10% ( $Ц_{пр}=10\%$ ). Коэффициент изменения спроса составит \_\_\_\_\_

Правильный ответ: 0,87

7. Перед отделом маркетинга поставлена задача спрогнозировать цену предложения на новую модель производимой техники с использованием параметрического метода. Завод-изготовитель техники в результате совершенствования производства добился следующих результатов: повысил производительность техники с 4 до 5 ед./ч; повысил безотказность техники ( $K_{без}$ ) с 0,97 до 0,98; снизил себестоимость производства техники на 3 %. Цена базовой модели составляет 600 д.е. Прогнозируемая цена предложения составит \_\_\_\_\_

Правильный ответ: 735

Дополните

9. Восстановление падающего спроса с помощью проникновения на новые рынки, изменение свойств товаров, ориентированных на новые потребности покупателей, является задачей \_\_\_\_\_

Правильный ответ: ремаркетинга

8. На этой стадии жизненного цикла товара фирма получает убытки при сравнительно высоких ценах:

роста  
+внедрения  
зрелости  
спада.

Окончательные результаты обучения (формирования компетенций) определяются посредством перевода баллов, набранных студентом в процессе освоения дисциплины, в оценки:

– базовый уровень сформированности компетенции считается достигнутым, если результат обучения соответствует оценке «удовлетворительно» (50-64 рейтинговых баллов);

– повышенный уровень сформированности компетенции считается достигнутым, если результат обучения соответствует оценкам «хорошо» (65-85 рейтинговых баллов) и «отлично» (86-100 рейтинговых баллов).

## 4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПОВТОРНОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине *экзамен*.

Фонд оценочных средств для проведения повторной промежуточной аттестации формируется из числа оценочных средств по темам, которые не освоены студентом.

*Примечание:* Дополнительные контрольные испытания проводятся для студентов, набравших менее **50 баллов** (в соответствии с «Положением о модульно-рейтинговой системе»).

Таблица 4 – Критерии оценки сформированности компетенций

| Код и наименование индикатора достижения компетенции<br>(части компетенции)                                                                                                                           | Критерии оценивания сформированности компетенции<br>(части компетенции)                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                       | на базовом уровне                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                       | соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла                                                                                                                  |
| ИД-1 <sub>УК-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.                                                                                           | Студент усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы материала, Испытывает затруднения при анализе задачи, выделении ее базовых составляющих, декомпозиции задачи. |
| ИД-2 <sub>УК-1</sub> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.                                                                                        | Находит фрагментарную информацию, необходимую для решения поставленной задачи, затрудняется при ее критическом анализе                                                                  |
| ИД-3 <sub>УК-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.                                                                                           | Не формирует целостного представления о всех возможных вариантах решения задачи, испытывает затруднения при оценке их достоинства и недостатки.                                         |
| ИД-4 <sub>УК-1</sub> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности | Формирует собственные суждения и оценки не всегда логически выстроено и грамотно. С затруднениями отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других          |
| ИД-5 <sub>УК-1</sub> Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи                                                                                                                      | Испытывает затруднения при определении и оценке последствий возможных решений задачи                                                                                                    |
| ИД-1 <sub>ПКос-3</sub> Проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками                                                                                                     | Студент с незначительными недочетами проводит финансовый анализ, бюджетирование и управление денежными потоками                                                                         |