

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 11:12:35

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт

Институт менеджмента

Кафедра

Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере

Основная профессиональная образовательная программа

38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2022

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере

Основная профессиональная образовательная программа 38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование дисциплины	Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Современные проблемы менеджмента, Методы и модели поддержки принятия решений (в профессиональной области)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-1	ОПК-1.1: Знать:	ОПК-1.2: Уметь:
	принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, методики обобщения и критического анализа практик управления	решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	методами обобщения и критического анализа практик управления

ОПК-3 - Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-3	ОПК-3.1: Знать:	ОПК-3.2: Уметь:
	способы обоснования и оценки эффективности организационно-управленческих решений	принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их	методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений

		реализацию в условиях сложной и динамичной среды	
--	--	--	--

ОПК-4 - Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-4	ОПК-4.1: Знать:	ОПК-4.2: Уметь:
	принципы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; методы выявления и оценки новых рыночных возможностей	руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; использовать методы выявления и оценки новых рыночных возможностей; разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	методами управления проектной и процессной деятельностью, методами выявления и оценки новых рыночных возможностей; навыками разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 2
Контактная работа, в том числе:	18.3/0.51
Занятия лекционного типа	8/0.22
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	163.7/4.55
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	216
Зачетные единицы	6

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практич. занятия							
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	4	4			63,7	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	4	4			100	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3
	Контроль	34					
	Итого	8	8	0.3	2	163.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	лекция	Цели и содержание маркетингового анализа
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	лекция	Анализ покупателей и конкурентов
		лекция	Анализ инструментов комплекса маркетинга

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	практическое занятие	Цели и содержание маркетингового анализа
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	практическое занятие	Анализ покупателей и конкурентов
		практическое занятие	Анализ инструментов комплекса маркетинга

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в

форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	- подготовка доклада - тестирование
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468956>

Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08200-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472083>

Дополнительная литература

Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений : учебник и практикум для вузов / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01584-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468457>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ,

протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		ОПК-1.1: Знать:	ОПК-1.2: Уметь:
	принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, методики обобщения и критического анализа практик управления	решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	методами обобщения и критического анализа практик управления
Пороговый	ОПК-1.1: Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории,	ОПК-1.2: Уметь: решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов,	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-1.1: Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов к решению управленческих задач	ОПК-1.2: Уметь: проводить обобщения и критический анализ практик управления	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа оценочных показателей, способами их использования
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ОПК-1.1: Знать: методики обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2: Уметь: практически применять инновационные подходы, и критический анализ в управлении	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа оценочных показателей, способами их использования, прогнозирования результатов

ОПК-3 - Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		

	ОПК-3.1: Знать:	ОПК-3.2: Уметь:	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	способы обоснования и оценки эффективности организационно-управленческих решений	принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной и динамичной среды	методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений
Пороговый	ОПК-3.1: Знать: методы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки операционной эффективности управленческих решений
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-3.1: Знать: способы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность,	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки организационной эффективности управленческих решений
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ОПК-3.1: Знать: способы обоснования и методы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность.	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений, способами их обоснования

ОПК-4 - Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-4.1: Знать:	ОПК-4.2: Уметь:	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	принципы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; методы выявления и оценки	руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; использовать методы выявления и	методами управления проектной и процессной деятельностью, методами выявления и оценки новых рыночных возможностей; навыками разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им

	новых рыночных возможностей	оценки новых рыночных возможностей; разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	бизнес-модели организаций
Пороговый	ОПК-4.1: Знать: принципы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления	ОПК-4.2: Уметь: руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки): методами управления проектной и процессной деятельностью,
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-4.1: Знать: основы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК-4.2: Уметь: руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки): методами управления проектной и процессной деятельностью, методами выявления и оценки новых рыночных возможностей;
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ОПК-4.1: Знать: современные практики управления, лидерские и коммуникативные основы взаимодействия; методы выявления и оценки новых рыночных возможностей	ОПК-4.2: Уметь: использовать методы выявления и оценки новых рыночных возможностей; разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки): навыками разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	1.Введение в маркетинговый анализ	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Доклады Тестирование	экзамен

2.	2.Направления анализа маркетинговой деятельности	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Доклады Тестирование	экзамен
----	--	---	-------------------------	---------

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
1.Введение в маркетинговый анализ	1.Содержание аналитической деятельности в маркетинге 2.Система маркетинга во внешней среде 3.Инфраструктура маркетинга
2.Направления анализа маркетинговой деятельности	4.Принципы маркетинга и работа с конкурентами 5.Реклама и стимулирование сбыта 6. Товарные знаки и их роль в маркетинге 7. Формирование бренда: условия и перспективы 8.Роль упаковки в продвижении товара 9. Наименование марки и преимущества использования 10. Гарантии и сервисное сопровождение продаж 11. Поиск потенциальных потребителей и оценка перспектив рынка 12. Факторы, влияющие на потребность 13.Оценка возможностей удовлетворения потребностей товарами компании 14.Оценка требований потребителей к новым товарам 15. Оценка потенциала маркетинга 16. Производственный и организационный план маркетинга 17.Оценка рисков при внедрении новых товаров 18. Исследование реализации нового товара. 19. Оценка стадий жизненного цикла товара 20.Исследование предпосылок для сохранения конкурентоспособности

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами) <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1839>

Продолжите следующее утверждение: «Маркетинг – вид деятельности на выявление и удовлетворение...»

- a) нужд
- b) потребностей
- c) запросов
- d) нужд и потребностей.

2. Смысл определения маркетинга раскрывается следующими понятиями:

- a) управление маркетингом
- b) обмен

- c) потребитель
- d) все ответы.

3. Понятие «рынок» в маркетинге означает:

- a) покупатели и продавцы
- b) действительные или потенциальные покупатели и продавцы
- c) место проведения сделок
- d) реальные и потенциальные продавцы.

4. Для совершения процесса обмена необходимы три условия, к числу которых не относится:

- a) доставка товара
- b) коммуникации между покупателем и продавцом
- c) передача ценности
- d) установление цены.

5. Позиционирование товаров для целевых групп является элементом:

- a) выявление потребностей покупателей
- b) разработки рыночных стратегий
- c) оценки реакции потребителей
- d) эффективного комплекса маркетинга.

6. Решения по товару в маркетинге включают ряд элементов, к числу которых не относятся:

- a) выбор торговой марки
- b) разработка упаковки
- c) распределение товаров по магазинам
- d) сервисное обслуживание товаров.

7. Продвижение товаров в маркетинге включает в себя ряд элементов, к числу которых не относится:

- a) реклама
- b) личная продажа
- c) стимулирование сбыта
- d) выбор каналов распределения.

8. Обеспечение доступности товаров и услуг является целью:

- a) продвижения
- b) распределения
- c) стимулирования сбыта
- d) разработки товаров.

9. Оцените справедливость приведенных ниже высказываний:

- I. Каналы распределения состоят из производителей, предприятий оптовой и розничной торговли.
 - II. Выбор стратегии маркетингового комплекса может быть ограничен финансовыми ресурсами компании.
- a) I – неверно, II – верно
 - b) I – неверно, II - неверно

- c) I – верно, II - верно
 d) I – верно, II – неверно.

10. Когда большая часть рынка недолго любит товар и согласна на некоторые издержки, чтобы избежать его, говорят об:

- a) отсутствии спроса
 b) скрытом спросе
 c) отрицательном спросе
 d) нерегулярном спросе.

укажите задания

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
1. Введение в маркетинговый анализ	1. Анализ покупательских предпочтений 2. Оценка сегментации рынка и ее эффективности 3. Оценка и анализ конкурентной среды 4. Определение конкурентов предприятия
2. Направления анализа маркетинговой деятельности	5. Анализ конкурентов и сильных сторон конкурентов 6. Анализ товарной политики 7. Оценка характеристик товаров 8. Оценка конкурентоспособности товаров 9. Анализ маркетинговых показателей ассортимента товаров 10. Анализ прибыльности товаров в ассортименте 11. Анализ структуры ассортимента 12. Анализ факторов, влияющих на ценообразование 13. Общая характеристика ценовой политики 14. Анализ конкурентоспособности цены 15. Задачи анализа сбыта 16. Общая характеристика сбытовой политики 17. Анализ работы с посредниками 18. Общий анализ рекламной деятельности 19. Определение коммуникативной эффективности рекламы 20. Определение экономической эффективности рекламы

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3
«хорошо»	Стандартный ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3
«удовлетворительно»	Пороговый ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК- 3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне