



## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

### Актуальные проблемы и перспективы развития маркетинга

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

## 1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования	-актуальные проблемы и тенденции развития маркетинга, -методы критического анализа и оценки, а также методы генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.	- анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем; - осуществлять поиск, обработку, анализ информации с применением современных цифровых решений.	-поиска и обработки информации для решения вопросов профессиональной деятельности; -аналитической деятельности.
ПК-4. Способен организовывать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИПК-4.1 Осуществляет планирование, организацию сбора и обработку первичной и вторичной маркетинговой информации  ИПК-4.3 Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга			

### 1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Дискуссии по теме
- Эссе

Практические занятия проходят в формате дискуссий. Обучающиеся обсуждают изученную тему в соответствии с предложенными вопросами. Высказывание студента должно быть содержательным, аргументированным, подготовленным с опорой на теоретический материал, приветствуется использование дополнительных источников и литературы, приведение цитат и примеров из

российской и международной практики. Продолжительность высказывания - не больше 5 минут. В конце каждого занятия студентам предлагается решить задачу или выполнить письменное задание.

Примерные вопросы для дискуссии:

### **Тема 1. Введение. Эволюция в маркетинге**

1. С чем связано появление теории маркетингового управления?
2. Какие концепции маркетинга Вы знаете?
3. Каково содержание стратегической концепции маркетинга?
4. Назовите основные этапы эволюции маркетинга как науки.
5. Назовите основные цели и задачи маркетинга.
6. Дайте характеристику основным принципам маркетинга.

### **Тема 2. Маркетинговая ценность.**

1. Цена и ценность: как их сочетание влияет на выбор покупателя
2. Какой смысл можно вкладывать в понятие «ценность» и что это может означать с точки зрения маркетинга?
3. Может ли продавец/маркетолог заранее знать ответ на вопрос: какую ценность создает для конкретного покупателя предлагаемые их компанией продукты?

### **Тема 3. SDL - сервис-доминантная логика**

1. Генерирование сервисно-доминантной логики в управлении брендами
2. Управление взаимодействием в «точках контакта»

### **Тема 4. Социальный маркетинг**

1. Социальный маркетинг и социальная ответственность
2. Социальный маркетинг как бизнес-инструмент
3. Социальный маркетинг - яркие кейсы
4. Этический маркетинг – это скорее философия, чем стратегия?

### **Тема 5. Эволюция языка рекламы**

1. Реклама как одна из форм речевой коммуникации
2. Ключевая лексика рекламы

### **Тема 6. Информационная асимметрия**

1. Неравномерное распределение информации и его последствия
2. Маркетинговый механизм уменьшения информационной асимметрии
3. Асимметричность информации и ее влияние на развитие современного маркетинга

### **Тема 7. Омниканальность**

1. Плюсы и минусы омниканальности
2. Омниканальность и многоканальность - в чем разница?

### 3. Омниканальный подход - успешные кейсы

## Тема 8. Глобализация

1. Бренды и глобализация
2. Глобализация как фактор эволюции концепции маркетинга
3. Баланс между индивидуальным подходом к клиентам и защитой их конфиденциальности
4. Как защитить личные данные пользователей

### Эссе

Студенты должны подготовить письменную работу в виде эссе на одну из изученных тем курса. Тема, может быть выбрана самостоятельно, но предварительно должна быть согласована с преподавателем (в течение 1-3 недели курса).

Варианты тем:

1. Мировые бренды и социально-этичный маркетинг
2. Экологический маркетинг как одно из направлений социального маркетинга
3. Сервисная доминанта в современных брендах
4. Цена и ценность: как их сочетание влияет на выбор покупателя
5. Лингвистические особенности рекламного текста

Цель оценивания, задание/тема:

Эссе проверяет вашу способность проникать в суть проблемы, критически ее осмыслить, понять и найти нестандартное решение.

Подход к заданию:

Работа должна быть написана в академическом стиле, в ее основе должны быть материалы курса, также приветствуется использование дополнительных источников. Обязательное требование - ссылки на источники и литературу, которые были использованы в процессе подготовки работы (оформленные в соответствии со стандартом ГОСТ Р 7.0.5-2008). Используйте минимум 7 источников. Работа должна содержать теорию маркетинга и/или концептуальные маркетинговые модели и, как правило, должна включать некоторую критическую оценку идей макромаркетинга и их применения в различных контекстах.

Важно: ваша работа будет проверена на антиплагиат. Высокий уровень плагиата может привести к снижению оценки (штраф может составлять от 1 до 30 баллов)

Советы:

Используйте качественные и актуальные академические ресурсы. Например, книги, журналы, веб-сайты и т. д., найденные в онлайн-библиотеке. Не академические статьи и/или веб-сайты не рекомендуются, если они не используются для приведения примеров.

Формат: эссе, Word, шрифт - TNR, размер шрифта -14, абзацный отступ - 1,25, выравнивание - по ширине, межстрочный интервал - 1,5.

Объем: 2000 слов +/- 10%

Максимальное количество баллов: 40

#### Критерии выставления оценок за участие в дискуссиях:

20-17 баллов	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, выделяет проблему в дискуссии, четко аргументирует свой ответ
16-11 баллов	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, четко выделяет проблему в дискуссии. Знает теоретические основы обсуждаемой проблемы. Но допускает незначительные ошибки при определении понятий. Ошибки при обозначении достоинств и недостатков в определении «проблемного поля».
10-7 баллов	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он недостаточно активен в дискуссии, допускает неточности при анализе теоретических основ проблемы, допускает ошибки при описании теорий управления, затрудняется при изложении достоинств и недостатков «проблемного поля».
6-0 баллов	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который пассивен в дискуссии, допускает существенные ошибки, полностью игнорирует задание.

#### Критерии оценки эссе:

Критерий	Описание	Вес %
Презентация	Оформление эссе. Соблюдение структуры эссе и требования по объему слов - 2500 +/- 10%	15
Использование источников и оформление ссылок	Использование проверенных и качественных источников - не менее 7. Правильное оформление ссылок и цитат - в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 “Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления”	10
Содержание	Содержание соответствует теме. Тема раскрыта. Продемонстрировано знание и понимание изученного материала и проблематики исследования.	30
Практикоориентированность	Интеграция и применение моделей/теорий, приведены примеры, кейсы, решения	20
Аналитическая составляющая	Аргументация, развитие дискуссии, глубина анализа	25
<b>Всего</b>		<b>100</b>

## 1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

- Тестирование

### 1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Методы, применяемые в маркетинге (укажите все правильные)

- а) учет
- б) анализ
- в) моделирование
- г) доказательство

2. Соотнесите концепции и их определения

- а) Концепция совершенствования производства
- б) Концепция совершенствования товара
- в) Концепция интенсификации коммерческих усилий
- г) Концепция маркетинга
- д) Концепция социально-этичного маркетинга

1) исходит из того, что потребители будут благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по ценам, а, следовательно, управление должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения

2) исходит из того, что потребители будут проявлять интерес к товарам, предлагающим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные характеристики и свойства, а, следовательно, организация должна сосредоточить свою энергию на постоянном совершенствовании товара

3) исходит из того, что потребители не будут покупать товары фирмы в достаточных количествах, если она не предпримет достаточных усилий в сфере сбыта и стимулирования.

4) исходит из того, что залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей условных рынков и обеспечение желаемой удовлетворённости более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами

5) исходит из того, что задачей фирмы является установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворённости более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителя и общества в целом

Ответ: а) 1, б) 2, в) 3, г) 4, д) 5.

3. Омниканальность – это \_\_\_\_\_ + контекст

- а) технологии
- б) **многоканальность**
- в) реклама
- г) вариативность

4. Впервые Асимметричность информации как свойство информации установил:

- а) Дж. Стиглер
- б) Дж. Стиглиц
- в) Дж. Акерлоф
- г) **К. Эрроу**

5. Расшифруйте аббревиатуру SDL (в маркетинге)

- а) Simple DirectMedia Layer
- б) Сайт для людей
- в) **Service-dominant logic**
- г) Союз деловых людей

6. Услуга, относящаяся к элементу комплекса маркетинга — это...

- а) **продукт**
- б) цена
- в) продвижение
- г) обмен

7. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?

- а) выставка
- б) фотопродукция
- в) **интернет-ресурс**
- г) отношения со средствами массовой информации;

8. Кто является источником идей для создания нового продукта?

- а) ученые
- б) потребители
- в) рекламные агентства
- г) **все перечисленное**

9. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- а) Обоснования гипотез и построения причинно-следственных связей
- б) Описания конкретной маркетинговой ситуации
- в) **Собрать необходимую первичную информацию, которая окажется полезной для дальнейшей проверки гипотез и более точного формулирования проблем**
- г) Все перечисленное

10. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:

- а) Кризис сбыта
- б) Расширение товарного ассортимента
- в) Развитие производства

Критерии оценки

40-36 баллов	Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста.
35-30 баллов	Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста.
29-21 баллов	Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста.
20-0 баллов	Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста.

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Дискуссии по теме	20
Эссе	40
<b>Итого текущий контроль:</b>	<b>60</b>
<b>Промежуточная аттестация:</b>	<b>40</b>
<b>Итого по всем формам контроля:</b>	<b>100</b>

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	80–100	A
«Хорошо»	70–79	B
	60–69	C
«Удовлетворительно»	50–59	D
	40–49	E
«Неудовлетворительно»	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценки	Определение
80–100	A	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо,



		задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	<i><b>B</b></i>	<i><b>«Очень хорошо»</b></i> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество выполнения <b>большинства</b> из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	<i><b>C</b></i>	<i><b>«Хорошо»</b></i> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, <b>некоторые</b> практические навыки работы с освоенным материалом сформированы <b>недостаточно</b> , <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество выполнения <b>большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше</b> , некоторые виды заданий выполнены <b>с незначительными ошибками</b> .
50–59	<i><b>D</b></i>	<i><b>«Удовлетворительно»</b></i> — теоретическое содержание курса освоено <b>частично</b> , но пробелы <b>не носят существенного</b> характера, <b>необходимые</b> практические навыки работы с освоенным материалом в <b>основном</b> сформированы, <b>большинство</b> предусмотренных программой обучения учебных заданий <b>выполнены</b> , <b>некоторые</b> из выполненных заданий, возможно, содержат <b>ошибки</b> . <b>Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне</b> .
40–49	<i><b>E</b></i>	<i><b>«Посредственно»</b></i> — теоретическое содержание курса освоено <b>частично</b> , некоторые или все практические навыки работы <b>сформированы на начальном уровне</b> , <b>некоторые</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>не выполнены</b> , либо качество выполнения соответствует <b>минимальному достаточному (зачетному) баллу</b> , <b>предложенные решения или исполнение содержат ошибки</b> . <b>Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне</b> .
80–100	<i><b>A</b></i>	<i><b>«Отлично»</b></i> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.