

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Институт технологии, экономики и сервиса  
Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования

*Приложение к программе  
учебной дисциплины*

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине «**Маркетинг**»

Направление 38.03.01 «Экономика»  
Профиль «Экономика предприятий и организаций»

*очно-заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ / Е.В. Зудина  
« 07 » марта 2024 г.

Волгоград  
2024

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

– способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне (ОПК-3).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-3	Анализ хозяйственной деятельности организации, Внешнеэкономическая деятельность предприятий, Государственные финансы, История экономических учений, Маркетинг, Мировая экономика и международные экономические отношения, Финансовый анализ, Финансы, Экономика предприятия		Ознакомительная практика, Преддипломная практика, Технологическая (проектно-технологическая) практика

### 1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Теоретико-методологические основы маркетинговой деятельности	ОПК-3	знать: – концепции, принципы и основные категории маркетинга; уметь: – характеризовать бизнес-процессы

			с точки зрения принципов и концепций маркетинга; владеть: – навыками определения потребностей клиентов на основе ключевых концепций маркетинга;
2	Маркетинговые исследования	ОПК-3	знать: – методологические основы и современные методы и средства маркетинговых исследований, принципы сегментирования, основы анализа рынка; уметь: – определять сегменты рынка, особенности поведения покупателей, проводить сбор маркетинговой информации; владеть: – навыками анализа отрасли и конкурентов;
3	Современные модели маркетинга	ОПК-3	знать: – принципы жизненного цикла товаров, особенности маркетинга услуг, оптовой и розничной торговли; уметь: – определять особенности прямого маркетинга и многоуровневого маркетинга; владеть: – навыками определения этапов жизненного цикла товара и особенностей современных моделей маркетинга;

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-3	Осознает значение и природу процессов на макро- и микроуровне.	Способен частично применять содержательное значение процессов на макро- и микроуровне для решения поставленных экономических задач.	Способен в полной мере применять содержательное значение процессов на макро- и микроуровне для решения поставленных экономических задач.

## Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Устный опрос	30	ОПК-3	4
2	Контрольная работа	20	ОПК-3	4
3	Реферат	10	ОПК-3	4
4	Экзамен	40	ОПК-3	4

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Устный опрос
2. Контрольная работа
3. Реферат
4. Экзамен