

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
МАРКЕТИНГ
Б1.Б.37**

**Направление подготовки - 39.03.02 Социальная работа
Профиль подготовки «Социальная работа в системе социальных служб»
Квалификация выпускника - бакалавр
Форма обучения - очная**

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	3
3. Шкала оценивания	4
4. 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	6
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	10
6. Материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.....	11

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

ПК-11 – способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

Знать: основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин и закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне;

Этап 1: основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин;

Этап 2: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне.

Уметь: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учётом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;

Этап 1: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций;

Этап 2: предлагать способы их решения с учётом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных и современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне;

Этап 1: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

Этап 2: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 1 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
1	2	3	4
ПК-11 способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания социальным проблемам, формирования позитивного имиджа	Сформировать способность реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания социальным проблемам, формирования позитивного имиджа	-знать основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин; -уметь выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; -владеть современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных и современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне,	- тестирование; - индивидуальное собеседование; - письменные ответы на вопросы; - контрольные тестовые задания

социальной работы и реализующих ее специалистов	социальной работы и реализующих ее специалистов	обработки и анализа экономических и социальных данных.	
---	---	--	--

Таблица 2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 2 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
1	2	3	4
ПК-11 способностью реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	Сформировать способность реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	-знать закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне; -уметь предлагать способы их решения с учётом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; -владеть современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне	- тестирование; - индивидуальное собеседование; - письменные ответы на вопросы; - контрольные тестовые задания

1 – указывается наименование компетенции, закрепленной за дисциплиной в соответствии с РУП «Распределением компетенций».

2 –прописывается содержание компетенции в отглагольной форме настоящего времени.

3 – указываются требования «знать», «уметь», «владеть».

4 – указываются формы, с помощью которых можно оценить будет сформированность компетенции(й).

3. Шкала оценивания.

Университет использует систему оценок соответствующего государственным регламентам в сфере образования и позволяющую обеспечивать интеграцию в международное образовательное пространство. Система оценок и описание систем оценок представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3 - Система оценок

Диапазон оценки, в баллах	Экзамен		Зачет
	европейская шкала (ECTS)	традиционная шкала	
[95;100]	A – (5+)	отлично – (5)	зачтено

[85;95)	B – (5)		незачтено
[70,85)	C – (4)	хорошо – (4)	
[60;70)	D – (3+)	удовлетворительно – (3)	
[50;60)	E – (3)		
[33,3;50)	FX – (2+)		
[0;33,3)	F – (2)	неудовлетворительно – (2)	

Таблица 4 - Описание системы оценок

ECTS	Описание оценок	Традиционная шкала
A	Превосходно – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	отлично (зачтено)
B	Отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.	
C	Хорошо – 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 максимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.	хорошо (зачтено)
D	Удовлетворительно – 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, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	удовлетворительно (зачтено)

E	Посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	удовлетворительно (незачтено)
FX	Условно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)
F	Безусловно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)

4. 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.

Таблица 5 - ПК-11 - способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин;	<p>1. Товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением – это</p> <p>1) трёх уровневый анализ товара</p> <p>2) классификация товаров</p> <p>3) этапы реализации новинки</p> <p>4) виды новинок</p> <p>2. К инновациям не относятся</p>

	<p>1) продукт-инновация 2) процесс-инновация 3) услуга-инновация 4) социальные инновации</p> <p>3. У каждого товара есть свой собственный жизненный цикл, который может составлять</p> <p>1) два этапа 2) три этапа 3) четыре этапа 4) от двух до четырёх этапов</p> <p>4. Каждая инновация реализуется по схеме, называемой</p> <p>1) инновационным циклом 2) жизненным циклом 3) стратегическим циклом 4) инновационным комплексом</p> <p>5. Производственный этап создания новшества завершается</p> <p>1) расширением масштабов производства и диффузией новшества 2) выпуском опытных партий продукции, массовым производством 3) переквалификацией, подбором и обучением персонала 4) выходом новшества на рынок и его коммерциализацией</p>
Уметь: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций;	<p>6. Выберите не существующий знак правовой защиты марки</p> <p>1) ® 2) © 3) ТМ 4) Ω</p> <p>7. Расширение марочных границ (популярная марка присваивается всем модификациям товара) – это</p> <p>1) марочная стратегия 2) решение в управлении маркой 3) решение уменьшения затрат на маркетинг 4) брендирование марки</p> <p>8. Решение об изменении позиционирования марки – это</p> <p>1) этап жизненного цикла 2) марочная стратегия 3) решение в управлении маркой 4) стратегия уменьшения затрат на маркетинг</p> <p>9. Выделение отдельных брендов в самостоятельные объекты маркетинга – это</p> <p>1) марочный принцип управления 2) решение о стратегии марки 3) решение о поддержке торговой марки 4) индивидуальность торговой марки</p> <p>10. Разработка стратегии развития марки, мероприятий по ее реализации – это функциональные обязанности</p> <p>1) менеджера по продажам 2) бренд-менеджера 3) руководителя маркетингового отдела 4) руководителя организации</p>
Навыки: владеть современными методами сбора,	<p>11. Какой из методов обследования потребителей предполагает сильное влияние интервьюера</p> <p>1) прямые почтовые опросы</p>

обработки и анализа экономических и социальных данных.	<p>2) визит на дом 3) опрос на месте покупки 4) личное интервью</p> <p>12. Преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) достоверности ответов 2) возможности формализации ответов и их обработки 3) экспертной подготовке вопросника 4) наличии разработанной анкеты <p>13. Мозговой штурм является</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) количественным методом исследования 2) методом экспертных оценок 3) методом прогнозирования 4) методом полевого исследования <p>14. Наименее дорогим видом информации является</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) вторичная 2) первичная 3) собранная в ходе анкетирования 4) собранная в ходе интервьюирования <p>15. Исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга – это ...</p> <p>Ответ:</p>
--	--

Таблица 6 - ПК-11 - способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне;	<p>1. Процесс перехода товара от одного владельца к другому – это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) товародвижение 2) экономическое перемещение 3) физическое перемещение 4) товарная политика <p>2. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке, проведённые СМИ, являются</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) внешней информацией 2) внутренней информацией 3) вторичной информацией 4) не являются маркетинговой информацией <p>3. Интервью, как дорогостоящий метод опроса, используется только для</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) выявления проблемы и опроса экспертов 2) выборочного опроса 3) опроса на месте покупки 4) неличного опроса <p>4. Различные информационные методы воздействия на рынок – это</p>

	<p>1) система маркетинговых коммуникаций 2) система маркетинговых исследований 3) система экономических законов 4) система требование рынка</p> <p>5. Комплекс, называемый коммуникационной смесью представляет собой</p> <p>1) комплекс маркетинговой информации 2) основные средства маркетинговых коммуникаций 3) комплекс средств массовой информации 4) средства связи</p>
Уметь: предлагать способы их решения с учётом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;	<p>6. Оценку бюджета рекламы проводят (укажите лишнее)</p> <p>1) посредством опроса покупателей 2) расчётом торговой эффективности 3) анализом потребительской активности 4) методом исчисления «исходя из целей и задач»</p> <p>7. Затраты на участие в выставочных мероприятиях могут составлять... расходов маркетинговые коммуникации</p> <p>1) 5 – 15 % 2) 16 — 30 % 3) 31 – 50 % 4) 51 – 80 %</p> <p>8. Самый затратный, с точки зрения маркетинга, этап жизненного цикла товара</p> <p>1) выведения товара на рынок 2) роста 3) зрелости 4) упадка</p> <p>9. Разработка бюджета продвижения не осуществляется методом</p> <p>1) остатка 2) прироста 3) расчёта на основе целей и задач 4) методом рентабельности инвестиций</p> <p>10. Стоимость марки определяется</p> <p>1) путём экспертной оценки 2) мнением потребителей 3) как разность в цене марочного и обычного товаров 4) затратами на продвижение марки</p>
Навыки: владеть современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.	<p>11. Стратегия маркетинга – это</p> <p>1) устав предприятия 2) программа маркетинговой деятельности 3) комплекс долгосрочных маркетинговых решений и принципов 4) маркетинговый раздел бизнес – плана</p> <p>12. Товарная политика – это</p> <p>1) комплекс решений по разработке и выводу на рынок товара 2) план маркетинговых действий фирмы 3) действия направленные на продажу произведённых товаров 4) время с выхода товара на рынок до его ухода с рынка</p> <p>13. К марочным стратегиям относятся</p> <p>1) расширение марочных границ</p>

	<p>2) изменение логотипа 3) перепозиционирование 4) разработка кампании по усилению рыночной силы марки</p> <p>14. Разработка бюджета продвижения не осуществляется методом</p> <p>1) остатка 2) прироста 3) расчёта на основе целей и задач 4) методом рентабельности инвестиций</p> <p>15. Методы и формы подачи информации и оказания воздействия на целевую аудиторию</p> <p>Ответ:</p>
--	--

Преподавателем представляются типовые контрольные задания , необходимые для оценки знаний, умений, навыков. Типовые контрольные задания – это образцы заданий, по которым в последствии обучающийся будет проходить контроль знаний, умений, навыков, в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации. Форма типовых контрольных заданий может быть в виде открытых/закрытых тестов, на соотношение наименований, а также в виде билетов.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль (зачет, экзамен), контроль самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль успеваемости обучающихся осуществляется по всем видам контактной и самостоятельной работы, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем, ведущим аудиторные занятия.

Текущий контроль успеваемости может проводиться в следующих формах:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.д.);
- письменная (письменный опрос, выполнение, расчетно-проектировочной и расчетно-графической работ и т.д.);
- тестовая (устное, письменное, компьютерное тестирование).

Результаты текущего контроля успеваемости фиксируются в журнале занятий с соблюдением требований по его ведению.

Промежуточная аттестация – это элемент образовательного процесса, призванный определить соответствие уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся, установленным требованиям согласно рабочей программе дисциплины. Промежуточная аттестация осуществляется по результатам текущего контроля.

Конкретный вид промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Зачет, как правило, предполагает проверку усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, выполнения лабораторных, расчетно-проектировочных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), а также проверку результатов учебной, производственной или преддипломной практик. В отдельных случаях зачеты могут устанавливаться по лекционным курсам, преимущественно описательного характера или тесно связанным с производственной практикой, или имеющим курсовые проекты и работы.

Экзамен, как правило, предполагает проверку учебных достижений обучаемы по всей программе дисциплины и преследует цель оценить полученные теоретические знания, навыки самостоятельной работы, развитие творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и их практического применения.

6. Материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Полный комплект оценочных средств для оценки знаний, умений и навыков находится у ведущего преподавателя.