

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Бузулукский гуманитарно-технологический институт (филиал)
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра финансов и кредита

Фонд
оценочных средств
по дисциплине «*Маркетинг*»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Финансы государства и бизнеса

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2026

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика по дисциплине «Маркетинг»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры финансов и кредита

протокол № 8 от 11.03.2026 г.

Декан факультета экономики и права _____ О. Н. Григорьева

Составитель:
Доцент кафедры _____ Е. В. Алексеева

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4-В-2 Осуществляет сбор, анализ и обработку данных, необходимых для экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в области профессиональной деятельности ОПК-4-В-3 Выполняет необходимые экономические и финансовые расчёты, оценивает обоснованность организационно-управленческих решений с учетом выбранных критериев	Знать: содержание маркетинговой информации и маркетинговых данных о рынке, потребителях, конкурентах, факторах макросреды, необходимых для решения экономических задач организации, содержание экономических данных для решения задач маркетинговой деятельности организации.	Блок А – задания репродуктивного уровня Тестовые задания Вопросы для опроса
		Уметь: собирать, анализировать и обрабатывать маркетинговые данные о рынке, потребителях, конкурентах, факторах макросреды, необходимых для решения экономических задач организации.	Блок В – задания реконструктивного уровня Типовые задачи
		Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований: сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, оценки конкурентоспособности товара, изучения потребителей, анализа результатов расчетов и обоснования полученных выводов по решению задач маркетинговой деятельности организации.	Блок С – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня Индивидуальное творческое задание

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Блок А

А.1 Тестовые задания

1. Маркетинг - это:

- а) рыночный потенциал фирмы;
- б) деятельность, направленная на продвижение товара;
- в) деятельность, направленная на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей;

г) управление сбытом.

Правильный ответ: в

2. Кто осуществляет сбор информации для построения плана деятельности на рынке:

а) правление;

б) служба маркетинга;

в) руководство;

г) экономический отдел.

Правильный ответ: б

3. К какому виду исследования рынка относится изучение справочников и статистической литературы?

а) кабинетные исследования;

б) полевые исследования;

в) не относится к исследованиям;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Правильный ответ: а

4. Что такое сегментирование рынка?

а) деление конкурентов на однородные группы;

б) деление потребителей на однородные группы;

в) деление товаров на однородные группы.

Правильный ответ: б

5. Швейная фирма «Элема» создала свой фирменный магазин по продаже одежды. Фабрика использует канал распределения ...

а) нулевого уровня;

б) первого уровня;

в) второго уровня;

г) третьего уровня.

Правильный ответ: а

6. К оптовой торговле относится вид деятельности, связанный с:

а) приобретением ящика яблок на овощебазе для заготовок на зиму;

б) проведением переговоров брокером с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона одной из строительных организаций;

в) проведением банкета на 150 персон с полным обслуживанием в кафетерии;

г) обязательной закупкой товара на сумму более 1000 рублей.

Правильный ответ: б

7. Система сбытовых мероприятий, осуществляемая при наличии ограниченного количества посредников, называется:

а) прямой сбыт;

б) интенсивный сбыт;

в) выборочный сбыт;

г) нацеленный сбыт.

Правильный ответ: в

8. Физическое распределение товара означает:

а) продажу его через посредников;

б) транспортировку товара;

в) безвозмездную передачу товара клиенту;

г) передачу права собственности на товар.

Правильный ответ: б

9. Структура маркетинговых коммуникаций – это:

- а) конкретное сочетание мероприятий различных инструментов коммуникационной политики;**
- б) совокупность дополняющих друг друга мероприятий, распределенных во времени;
- в) анализ, планирование, реализация и контроль маркетинговых коммуникаций;
- г) совокупность инструментов комплекса маркетинга.

Правильный ответ: а

10. План маркетинга предприятия является:

- а) частью бизнес-плана;**
- б) отдельной стратегией;
- в) миссией предприятия;
- г) отдельной тактикой.

Правильный ответ: а

А.2 Вопросы для опроса

1. Какова основная цель маркетинга?

Правильный ответ: обеспечение максимального объёма прибыли в процессе купли-продажи, при котором удовлетворение спроса является фактором достижения цели.

2. На какие понятия опирается понятие маркетинг?

Правильный ответ: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка и рынок.

3. В чем суть концепции совершенствования товара?

Правильный ответ: фирме необходимо уделять повышенное внимание качеству товара, улучшению эксплуатационных свойств и характеристик, так как именно из-за этого можно увеличить спрос на товар.

4. Что такое комплекс маркетинга?

Правильный ответ: это совокупность регулируемых и контролируемых переменных элементов, оказывающих воздействие на рынок и используемых организацией для создания благоприятной рыночной ситуации.

5. Что представляет собой система маркетинговой информации?

Правильный ответ: это постоянно действующая система взаимосвязи людей, технических средств и методических приемов, предназначенная для сбора, обработки, анализа и распространения актуальной, достоверной и своевременной информации.

6. В чем заключается сегментация по географическому признаку?

Правильный ответ: заключается в разбивке рынка на разные географические единицы: государства, региона, районы, города, территории.

7. Какими тремя стратегиями форма может воспользоваться по охвату рынка?

Правильный ответ: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг и концентрированный маркетинг.

8. При выборе стратегии охвата рынка учитываются следующие факторы:

Правильный ответ: ресурсы фирмы, этап жизненного цикла товара, степень однородности рынка, маркетинговые стратегии конкурентов.

9. Какова цель позиционирования?

Правильный ответ: в том, чтобы помочь потенциальным покупателям выделить данный товар из числа его аналогов-конкурентов по какому-либо признаку и отдать предпочтение ему при покупке.

10. Дайте определение конкурентоспособности товара.

Правильный ответ: конкурентоспособность товара – это способность товара продавать себя в сравнении с аналогичными товарами в регионе, определяемая в конкретный период времени.

Блок В

В.1 Типовые задачи

1. 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. Определите прогнозируемую цену предложения.

Правильный ответ: 735

2. Потребление рыбопродуктов в центральных областях России на 20 % ниже, чем на Дальнем Востоке. Рассчитать ёмкость рынка данной продукции Владивостока, если годовая ёмкость рынка Смоленска составляет 18 млн. кг. Численность населения данных городов 700 тыс. и 400 тыс. жителей соответственно.

Правильный ответ: 12343680 или 12,343 млн тонн.

3. 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 ёмкость рынка – 800 тыс. ед., доля компании на нем – 35%; прибыль с единицы продукции – 2 д.е. Определите, какой будет прибыль через 3 года.

Правильный ответ: 600

4. 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% ($\Delta p=10\%$). Определите коэффициент изменения спроса.

Правильный ответ: 0,87

5. Рассчитайте ёмкость 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% ($\Delta p=5\%$); 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.). Определите ёмкость рынка товара.

Правильный ответ: 229 000 штук

Блок С

С.1 Индивидуальные творческие задания

Задание 1 ВУЗ столкнулся с проблемой снижения количества абитуриентов. Руководство поставило перед приемной комиссией задачи исследовать причины снижения спроса и разработать план мероприятий по привлечению абитуриентов.

Составьте план исследования с описанием всех этапов.

Задание 2 Фирма принимает решение относительно начала выпуска нового женского журнала. Определяющим фактором для окончательного маркетингового решения является продолжительность времени, которое женщины провели за чтением нового журнала.

Составьте план исследования с описанием всех этапов.

Задание 3 Компания принимает решение об открытии специализированного магазина по продаже продуктов питания для детей. Магазин будет расположен в новом микрорайоне быстро развивающегося города.

Составьте план исследования с описанием всех этапов.

Задание 4 Завод диверсифицирует производство и планирует начать выпуск садового инвентаря. Регион, где функционирует предприятие, имеет 60% населения, проживающего в сельской местности.

Составить план маркетингового исследования, описав все его этапы.

Задание 5 Фермерское хозяйство специализируется на продукции птицеводства.

Составить план маркетингового исследования, если фермер планирует диверсифицировать производство и взять кредит для строительства свиноводческого комплекса.

Блок D

Примерные вопросы к дифференцированному зачету:

1. Основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок
2. Цели системы маркетинга
3. Принципы маркетинга
4. Цели, задачи маркетинговых исследований
5. Направления маркетинговых исследований
6. Основные источники маркетинговой информации: первичные, вторичные.
7. Методика маркетинговых исследований
8. Методы маркетинговых исследований
9. Понятие рынка, его структуры и инфраструктуры.
10. Конъюнктура рынка и его оценка
11. Модель потребительского поведения. Характеристика потребителей, их мотивации и поведение
12. Целевой маркетинг. Стратегии охвата рынка.
13. Понятие и цели сегментирования рынка. Принципы сегментации.
14. Критерии (признаки) сегментации. Сегменты рынка.
15. Позиционирование услуг на рынке.
16. Маркетинговое понимание товара. Услуга как товар.
17. Товарная политика предприятий автосервиса
18. Товарный ассортимент, товарная номенклатура.
19. Жизненный цикл товара. Разновидности кривых жизненного цикла товара
20. Новый товар в маркетинге.
21. Принципы разработки и создания услуги
22. Конкуренция, элементы и методы исследования
23. Функции конкуренции. Классификация конкуренции.
24. Конкурентное преимущество. Функции конкуренции
25. Основные стратегии достижения конкурентных преимуществ
26. Конкурентоспособность предприятий и пути ее повышения
27. Цена как элемент в комплексе маркетинга
28. Классификация цен. Функции цены.

29. Цели ценовой политики.
30. Процесс и методы ценообразования.
31. Факторы, влияющие на процесс ценообразования.
32. Основы формирования системы распределения товаров
33. Построение маркетинговых каналов распределения. Управление каналами распределения.
34. Цели, задачи и функции бизнес-планирования.
35. Структура бизнес-плана, этапы разработки
36. Управление маркетингом на предприятии: функции и организационные структуры
37. Бенчмаркинг как направление маркетинговых исследований.
38. Товародвижение и его каналы. Формы и методы конкурентной борьбы в товародвижении
39. Особенности маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.
40. Маркетинговые стратегии и маркетинговый контроль.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оценивание выполнения тестов

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования.	Выполнено 85 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос.
Хорошо		Выполнено от 75 до 85 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
Удовлетворительно		Выполнено 50 до 74 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
Неудовлетворительно		Выполнено менее 50 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).

Оценивание ответов на вопросы

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота изложения последних научных данных по проблематике; 2. Правильность и/или аргументированность изложения;	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса

Хорошо	3. Самостоятельность ответа; 4. Культура речи.	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.
Удовлетворительно		Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия проблемы, недостаточным умением приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.
Неудовлетворительно		Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием вопроса, незнанием основных вопросов теории, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности.

Оценивание выполнения типовых задач

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота выполнения практического задания или задачи; 2. Своевременность выполнения задания/задачи;	Задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.
Хорошо	3. Последовательность и рациональность выполнения задания/задачи; 4. Самостоятельность решения.	Задание решено с помощью преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.
Удовлетворительно		Задание решено с подсказками преподавателя. При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.
Неудовлетворительно		Задание не решено.

Оценивание выполнения индивидуального творческого задания

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота изложения последних научных данных по проблематике;	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.
Хорошо	2. Правильность и/или аргументированность изложения;	
	3. Самостоятельность ответа;	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.
	4. Культура речи.	
Удовлетворительно		Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия проблемы, недостаточным умением приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.
Неудовлетворительно		Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием вопроса, незнанием основных вопросов теории, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности.

Оценивание ответа на дифференцированном зачете

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота изложения теоретического материала;	Студент раскрыл теоретические аспекты вопросов, привел пример из практики, объяснил все этапы вычислений задачи
Хорошо	2. Полнота и правильность решения практического задания;	Студент раскрыл теоретические аспекты вопросов не до конца, привел пример из практики, допустил не более двух несущественных ошибок в задаче
Удовлетворительно	3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);	Студент раскрыл не полностью теоретические аспекты вопросов, привёл примеры, и допустил ошибку в решении задачи при знании формул
Неудовлетворительно	4. Самостоятельность ответа;	Студент не раскрыл теоретические и практические аспекты вопросов, допустил существенные ошибки в решении задачи или не решил ее совсем
	5. Культура речи.	

Раздел 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Тестовые задания: тестирование проводится в письменной форме на семинарском занятии по итогам изучения темы, раздела, а также во время рубежного контроля по всей совокупности изученных вопросов. Количество вопросов, предлагаемых для контроля, определяются объемом изученного материала, результаты усвоения которого тестируются преподавателем. Для ответа на вопросы необходимо знать в полном объеме лекционный материал и вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение. Время, отведенное на ответы, количество вопросов и порядок проведения тестирования определяет преподаватель в зависимости от количества студентов в группе, места проведения занятия и т. д. Если обучающийся не присутствовал на занятии или не смог ответить на большую часть вопросов, по согласованию с преподавателем ему может быть назначено время для отработки, несвоевременность выполнения задания (по неуважительной причине) учитывается при выставлении оценки.

Вопросы для опроса: опрос проводится в устной (письменной) форме на семинарских занятиях по вопросам изучаемой темы. Для ответа на вопросы необходимо знать в полном объеме лекционный материал и вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение. Необходимо проявлять активность и давать конкретные, четкие и правильные ответы по существу вопросов и демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций). Время, отведенное на ответы, количество вопросов по каждой теме и порядок проведения опроса определяет преподаватель в зависимости от сложности темы, продолжительности ее изучения, количества студентов в группе, места проведения занятия и т. д.

Если обучающийся не присутствовал на занятии или не смог ответить на большую часть вопросов, по согласованию с преподавателем ему может быть назначено время для отработки. Несвоевременность выполнения задания (по неуважительной причине) учитывается при выставлении оценки.

Практические задачи:

В ходе практических занятий, в соответствии с планом занятия и заданием преподавателя, студент также решает типовые задачи к теме занятия. Количество задач бывает 1-4, время на решение каждой задачи - 7-10 минут. Оценка за задачи может также входить в общий балл по занятию, либо выставляться отдельно.

Кейсы по маркетингу выполняются в течение семестра, оформляются в письменном виде, позволяют оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения; содержание кейс-заданий приводится ниже в данном документе.

Индивидуальные творческие задания:

ИТЗ выполняется самостоятельно в течение семестра, оформляется в письменном виде, позволяют оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения; содержание комплексных практических заданий приводится ниже в данном документе.

Дифференцированный зачет:

Дифференцированный зачет проводится по соответствующим содержанию формируемых компетенций вопросам, которые содержатся в ФОС по дисциплине, доступны бакалаврам на протяжении всего периода изучения дисциплины, и также, дополнительно выдаются студентам не позднее чем за 2 недели до дня проведения экзамена. Дифференцированный зачет проводится в устной форме по билетам, в билете содержится 2 теоретических вопроса или 1 теоретический вопрос и задача. На подготовку обучающемуся отводится 40 минут.

Дифференцированный зачет может быть проведен по тестам в Универсальной системе тестирования БГТИ. Тестовые задания решаются обучающимся с любого компьютера. Преподавателем открывается срочный допуск к тестам. Предлагаемое количество вопросов по курсу - 30. Последовательность выборки вопросов из каждого раздела - случайная. Предел длительности всего контроля - 60 минут.