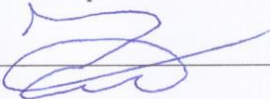


Министерство сельского хозяйства РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГАУ)

Кафедра Экономики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Чекмарев О.П.



ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(приложение к рабочей программе)

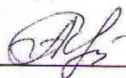
Маркетинг
(наименование дисциплины)

35.03.07 Технология производства и переработки с.-х. продукции
(код и наименование направления подготовки)

Прикладной бакалавриат
(тип образовательной программы)

Санкт-Петербург
2017

Автор
доцент кафедры
маркетинга в АПК



(подпись)

Аверьянова В.Ф.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	7
3 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	11
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	13

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

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций, отраженных в карте компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для проверки формирования компетенции
ОПК-1	<p>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационно-библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>Знать: современную и классическую литературу по экономической теории и теории маркетинга; методы исследования рыночных ситуаций и рыночных отношений; технологии составления скоординированного по всем показателям плана работы (реализации проекта) с учетом ресурсных ограничений</p> <p>Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; применять информационно-коммуникационные технологии при решении стандартных задач профессиональной деятельности; пользоваться терминологическим аппаратом дисциплины при изложении теоретических вопросов, в том числе ориентироваться в специальных терминах на английском языке.</p> <p>Владеть:</p>	5	<p>занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа обучающихся</p>	зачет

		методами исследования рынка; навыками применения информационно-коммуникационных технологий при решении стандартных задач профессиональной деятельности.			
ПК-17	способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • понятия и общие принципы теории маркетинга; методы исследования рыночных ситуаций и рыночных отношений <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • обосновывать выбор рациональных инструментов маркетинга в той или иной конкретной ситуации; • выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей. • определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, определять приоритеты профессиональной деятельности, эффективно использовать инструменты маркетинга в управленческих решениях. • разрабатывать бизнес-планы производства и переработки сельскохозяйственной продукции. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками 	5	занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, самостоятельная работа обучающихся	зачет

		<p>использования нормативных и правовых документов в сфере маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • экономической терминалогией, лексикой и основными экономическими категориями; • качественными и количественными методами социальных исследований; • навыками разработки бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции. • современным инструментарием управления маркетингом. 			
--	--	--	--	--	--

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций

Компетенция	Этап формирования компетенции	Показатели и критерии оценивания				Оценочные средства для проверки формирования компетенции	
		отсутствие усвоения (ниже порогового)	неполное усвоение (пороговое)	хорошее усвоение (углубленное)	отличное усвоение (продвинутое)	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<p>ОПК-1: <i>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</i></p>							
знать	5	Не знает решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	общие понятия стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	в основном знает решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	знает решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	доклад	зачет
уметь	5	неумение применять стандартные задачи	неполноценное умение применять	применять стандартные задачи	применять и анализировать	доклад	зачет

		профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры		
владеть	5	отсутствие навыков владения способностью решать стандартными задачами профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	первичные навыки владения способностью решать стандартными задачами профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	владеть способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	отлично владеть способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	доклад	зачёт
<i>ПК-17: способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга</i>							
знать	5	не знает способы разработки бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	в основном знает способы разработки бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению	знает способы разработки бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	отлично знает способы разработки бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	доклад	зачёт

			маркетинга				
уметь	5	не умеет разрабатывать бизнес-планы производства и переработки сельскохозяйственной продукции	в основном умеет разрабатывать бизнес-планы производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проводить маркетинг	умеет разрабатывать бизнес-планы производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проводить маркетинг	умеет разрабатывать бизнес-планы производства и переработки сельскохозяйственной продукции и проводить маркетинг	доклад	зачёт
владеть	5	не владеет способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	в основном владеет способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	владеет способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	отлично владеет способностью к разработке бизнес-планов производства и переработки сельскохозяйственной продукции, проведению маркетинга	доклад	зачёт

2.2 Шкала оценивания компетенций

Оценочное средство **доклад**.

Шкала оценивания:

оценка «зачтено» (*при неполном (пороговом), хорошем (углубленном) и отличном (продвинутом) усвоении*) выставляется обучающемуся, если:

- доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом;
- демонстрационный материал использовался в докладе, хорошо оформлен;
- отвечает на вопросы;
- выводы полностью характеризуют работу;

оценка «не зачтено» (*при отсутствии усвоения (ниже порогового)*) выставляется обучающемуся, если:

- содержание доклада не соответствует теме;
- отсутствует демонстрационный материал;
- докладчик не может ответить на вопросы;
- докладчик не понимает специальную терминологию, связанную с темой доклада;
- отсутствуют выводы.

Оценочное средство **зачет**.

Шкала оценивания:

оценка «зачтено» *при неполном (пороговом), хорошем (углубленном) и отличном усвоении* выставляется обучающемуся, если он

- прочно усвоил предусмотренный программный материал;
- правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров;
- показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими изучаемыми дисциплинами;
- при ответе на вопросы грамотно использовал научную и специальную терминологию.

оценка «не зачтено» (*при отсутствии усвоения (ниже порогового)*) выставляется обучающемуся, если он:

- не ответил на вопрос;
- допустил существенные ошибки в ответе;
- не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем;
- не владеет в должной степени научной и специальной терминологией.

3 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

Темы докладов

1. Роль маркетинга в деятельности предприятий АПК.
2. Историческое развитие концепций маркетинга.
3. Анализ внешней среды сельскохозяйственного предприятия и ее влияние на планирование деятельности предприятия.
4. Анализ внутренней среды сельскохозяйственного предприятия и ее влияние на планирование деятельности предприятия.
5. Исследование поведения сельского потребителя и факторов, оказывающих влияние на него.
6. Товар как категория маркетинга .
7. Качество товара и его влияние на конкурентоспособность.
8. Концентрация жизненного цикла товара в АПК.
9. Проблемы этики продуктов питания.
10. Оптовая торговля и ее виды.
11. Сущность розничной торговли и ее задачи в АПК.
12. Специфика товародвижения сельскохозяйственной продукции.
13. Закон рыночных зон в АПК.
14. Виды ценовых стратегий.
15. Особенности ценообразования на продукцию АПК.
16. Роль маркетинга в продовольственном комплексе и экономике страны.
17. Характеристика и типология современного рекламного рынка России.
18. Современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций.
19. Маркетинг с позиции фермера.
20. Разработка и реализация рекламной компании предприятий АПК.
21. Инновации в пищевой промышленности.
22. Подготовка публичных выступлений и правила общения с представителями СМИ.
23. Использование Интернет - технологий (на примере предприятия АПК).
24. Маркетинг как основная функция управления сельскохозяйственным предприятием.
25. Механизм управления маркетингом в АПК.
26. Карьера в маркетинге.
27. Роль человеческого фактора в реализации стратегии маркетинга.
28. Фьючерсные сделки как биржевой инструмент продовольственного маркетинга.
29. Использование ситуационного анализа при решении маркетинговых проблем.
30. Хеджирование и управление риском.

Вопросы к зачёту

1. Сущность и цели маркетинга.
2. Концепции маркетинга.
3. Принципы, функции и комплекс маркетинга.
4. Маркетинговые среды и их роль в деятельности предприятия.
5. Факторы микросреды маркетинга.
6. Факторы макросреды маркетинга.
7. Цели, принципы и методы исследований в маркетинге.
8. Организация маркетинговых исследований.
9. Сегментирование рынка и рыночная конъюнктура.
10. Предмет и объект исследования в маркетинге.
11. Понятие товара и его виды.
12. Жизненный цикл товара(услуги).
13. Конкурентоспособность товара (услуги).
14. Распределение товаров и система товародвижения.
15. Сущность и функции цен в маркетинге.
16. Разработка стратегии ценообразования.
17. Сущность сервисных услуг в сельском хозяйстве.
18. Поняти и классификация услуг.
19. Особенность маркетинга в секторе АПК.
20. Стратегия маркетинговых коммуникаций.
21. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
22. Сущность и принципы управления маркетингом .
23. Функции управления маркетингом.
24. Позиционирование в маркетинге
25. Профессиональные требования к руководителям и специалистам в области маркетинга.
26. Информационное обеспечение маркетинговых решений.
27. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга.
28. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований.
29. Методы получения и обработки маркетинговой информации.
30. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности.
31. Стратегические решения в товарной политике.
32. Разработка и внедрение нового товара на рынок.
33. Вариация товара.
34. Элиминация товара.
35. Стратегические решения в ценовой политике.
36. Эластичность спроса.
37. Рынки и структура.
38. Поведение покупателей.
39. Психологические аспекты ценообразования.
40. Мотивация коммуникативных процессов.
41. Средства и способы повышения эффективности коммуникативных процессов.

- 42.Мультимедиа технологии в системе коммуникаций.
- 43.Организационные структуры маркетинга.
- 44. Контроллинг и аудит маркетинговых решений.

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

Оценивание знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется путем проведения процедур текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с Положением университета о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и программам магистратуры.

Текущий контроль проводится на занятиях в течение семестра

Оценочные средства текущего контроля:

- доклад.

Промежуточная аттестация проводится в 5 семестре в форме зачёта.

Оценочные средства промежуточной аттестации:

- зачёт в устной форме.

Уровень сформированности компетенций определяется оценками «зачтено», «не зачтено».

Шкала оценивания:

оценка «зачтено» *при неполном (пороговом), хорошем (углубленном) и отличном усвоении* выставляется обучающемуся, если он

- прочно усвоил предусмотренный программный материал;
- правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров;
- показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими изучаемыми дисциплинами;
- при ответе на вопросы грамотно использовал научную и специальную терминологию.

оценка «не зачтено» *(при отсутствии усвоения (ниже порогового))* выставляется обучающемуся, если он:

- не ответил на вопрос;

- допустил существенные ошибки в ответе;
- не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем;
- не владеет в должной степени научной и специальной терминологией.