

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Промышленный маркетинг»**

**1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины**

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Способ оценивания</b>	<b>Оценочное средство</b>
ПК-6: Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

**2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания**

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Промышленный маркетинг».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Промышленный маркетинг» используется 100-балльная шкала.

<b>Критерий</b>	<b>Оценка по 100-балльной шкале</b>	<b>Оценка по традиционной шкале</b>
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	<i>Не зачтено</i>

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами**

**1.Задания для демонстрации знаний методов и технологий анализа рынка промышленной продукции**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор достижения компетенции</b>
ПК-6 Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.1 Демонстрирует знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции

1. С помощью представленного графика на рисунке 1, приведите конкретный пример позиционирования известных промышленных товаров, демонстрируя знания методов и технологий анализа рынка промышленной продукции. Какие еще применяются схемы позиционирования? (ПК-6.1.).

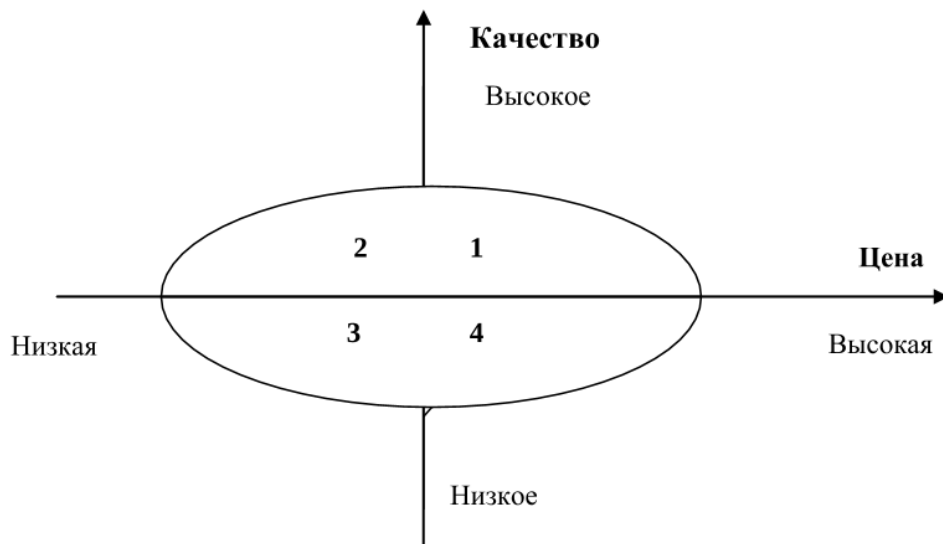


Рис 1. Позиционирование товара по показателям «цена» и «качество»

2. Демонстрируя знания методов и технологий анализа рынка промышленной продукции, разработайте анкету опроса потребителей. (ПК-6.1.).
3. Используя знания теоретических основ промышленного маркетинга, методов и технологий анализа рынка промышленной продукции раскрыть содержание основных понятий маркетинга (нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок). (ПК-6.1.).
4. Демонстрируя знания методов и технологий анализа рынка промышленной продукции, опишите способ организации маркетинговой службы на известном вам промышленном предприятии. (ПК-6.1.).
5. Используя знания теоретических основ промышленного маркетинга, методов и технологий анализа рынка промышленной продукции привести классификацию товаров производственного назначения. Какие признаки классификации применимы к этим товарам? (ПК-6.1.).
6. Используя знания теоретических основ промышленного маркетинга, методов и технологий анализа рынка промышленной продукции охарактеризовать этапы жизненного цикла товара (ПК-6.1.).
7. Демонстрируя знания методов и технологий анализа рынка промышленной продукции, охарактеризовать суть ассортиментной политики фирмы. (ПК-6.1.).

*2.Задания, демонстрирующие навыки разработки товарной, ценовой и сбытовой*

*политики предприятия*

<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор достижения компетенции</b>
ПК-6 Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.2 Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия

1. Применяя теоретические знания в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, объясните суть позиционирования товара на рынке. (ПК-6.2.).
2. Применяя теоретические знания в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, определить сущность понятия «реклама» и охарактеризовать этапы разработки плана рекламной деятельности. (ПК-6.2.).
3. Применяя теоретические знания в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, определить сущность понятия «стимулирование сбыта» и охарактеризовать основные средства стимулирования потребителей. (ПК-6.2.).
4. Применяя навыки в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, объясните суть сегментирования рынка. Какие принципы сегментирования потребительских рынков используются на практике? (ПК-6.2.).
5. Применяя навыки в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, объяснить, жизненный цикл какого товара можно описать кривой, представленной на рис.1. Как называется эта кривая? (ПК-6.2.).

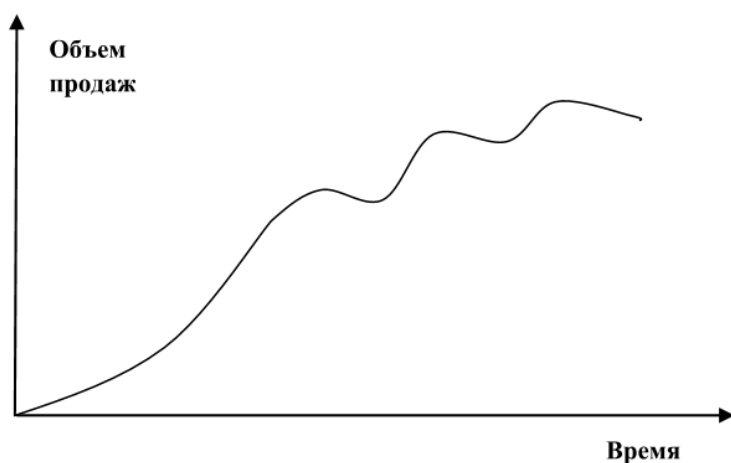


Рис.1. Кривая ЖЦТ

6. Применяя навыки в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, охарактеризуйте типы посредников, действующих в системе распределения? Приведите примеры. (ПК-6.2.).
7. Применяя навыки в области разработки товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия, привести примеры товаров производственного назначения и их классификацию. (ПК-6.2.).

**4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.**