

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Основы маркетинга»

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

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-5: Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	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 «Основы маркетинга».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Основы маркетинга» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
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. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и постановки основных задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ прочтите ниже приведённый текст, прокомментируйте его и разработайте рекомендации для формирования и улучшения имиджа России

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ

1. Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и постановки основных задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ прочтите ниже приведённый текст, прокомментируйте его и разработайте рекомендации для формирования и улучшения имиджа России (ПК-5.1)

Конкретная ситуация.

С целью постановки основных задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ прочтите ниже приведённый текст, прокомментируйте его и разработайте рекомендации для формирования и улучшения имиджа России.

Ознакомьтесь с фрагментом текста: «Стратегической задачей для России должна стать разработка информационной стратегии формирования позитивного имиджа, включая все сферы: экономическую, политическую, социальную, культурную. Необходимо учитывать специфику национального менталитета отдельных стран при разработке инструментов и каналов позиционирования России. Жесткая пропаганда должна остаться в прошлом и уступить место механизму «soft power», основанному на диалоге и убеждении».

Составьте список визуальных символов малых городов региона, РФ

2.С целью определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона определите отдельные количественные параметры региона

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

2.Задание: Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. С целью определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона определите отдельные количественные параметры региона ((ПК-5.2)

Конкретная ситуация

Для определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона необходимо знать количественные параметры региона, например ёмкость рынка.

Рассчитайте емкость рынка при следующих условиях: 1) рынок однороден; 2) число потребителей товара составляет 10 млн человек, потребление товара составляет 25 единиц в год на душу населения; 3) товар эластичен по цене – при увеличении цены на 1% потребление товара снижается на 1,2% (по прогнозам цена увеличится на 5%); 4) население на начало года обеспечено продуктами в 10 млн ед., за год придет в негодность и потребуует замены 4 млн ед., еще 1 млн ед. потребуется на замену морально устаревшего товара; 5) нетоварное потребление продукта составляет 1,5 млн ед. в год.

3.С целью формирования навыков принимать управленческий решений, связанных с формированием положительного имиджа региона сформулируйте основные правила разработки рекламных буклетов с целью формирования имиджа региона и РФ.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ

3. Задание: Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанных с формированием положительного имиджа региона сформулируйте основные правила разработки рекламных буклетов с целью формирования имиджа региона и РФ. (ПК-5.1.)

Конкретная ситуация

Сформулируйте основные правила разработки рекламных буклетов с целью формирования имиджа региона и РФ.

На примере региона (субъекта РФ, района, города, - по выбору студента) составьте список известных и авторитетных жителей территории).

Проанализируйте официально опубликованную речь или видеорепортаж «первого лица» выбранного субъекта РФ, района, города. Укажите недостатки сделанных им заявлений: неадекватность, нелогичность, негативная оценка собственной территории, отсутствие патриотизма, уважения к жителям/бизнес-сообществу территории, оценка менеджмента территории как коррупционного и пр.

Разработайте собственный вариант рекламного буклета определенной территории (представить такой буклет можно в различных вариантах).

Проанализируйте опубликованные рекламные буклеты/релизы различных регионов и укажите: цели буклета/релиза, его достоинства и недостатки, какой информации не хватает, а какая - в излишке, на кого информация ориентирована, соответствует ли цели форма представления информации и пр.

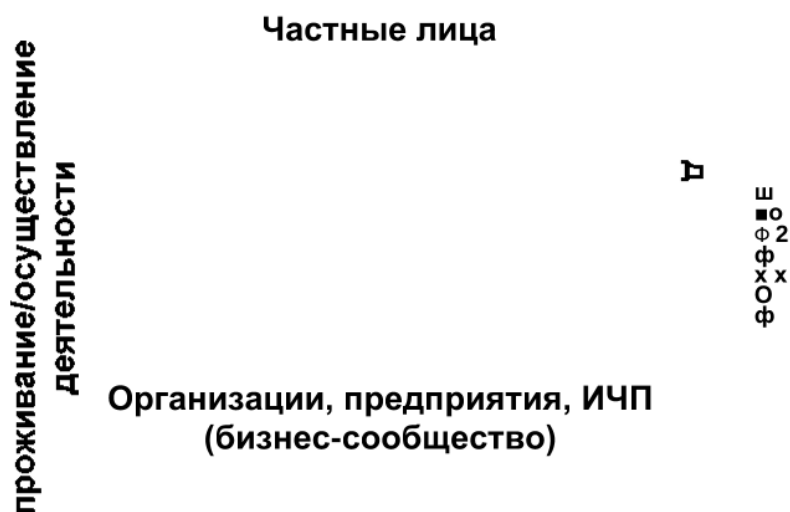
4.С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона выделите целевую аудиторию

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

4. Задание: Ознакомьтесь с кейсом. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона выделите целевую аудиторию (ПК-5.2)

Кейс

Для определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона важно выделить целевую аудиторию. Исходя из теории макросегментации, установите какие характеристики региона (на примере города или района города села и т.д.) наиболее значимы для следующих групп потребителей и определите, какие из этих характеристик и для каких групп потребителей являются общими. Результаты представьте в виде следующей матрицы:



Другой вариант выполнения этого задания - в матрице рассмотреть иные группы потребителей, например: «Организации, предприятия, ИЧП (бизнес-сообщество)» и «Некоммерческие организации» или «Частные лица» и «Некоммерческие организации». Результаты также представить в виде

матрицы.

Применяя трехмерную схему макросегментации в территориальном маркетинге, проанализируйте ее структурные компоненты для определенной группы потребителей (частные лица, коммерческие или некоммерческие организации), не забывая учесть факторы временного/постоянного проживания/осуществления деятельности (например, в графе 3, в случае выбора группы потребителей «частные лица», необходимо расписать графы 1 и 2 для: частных лиц, постоянно проживающих в регионе; частных лиц, временно проживающих на территории; туристов, гостей, командированных и пр. специфических целевых групп). Результаты представить в виде следующей таблицы:

Потребность (ЧТО удовлетворяется)	Технология (КАК удовлетворяется)	Группы потребителей (КТО получает)

5.С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов при формировании положительного имиджа региона при повышении статуса региона как одного из основных элементов формирования имиджа региона и РФ, основываясь на матрице BCG, разработайте «портфельную матрицу» региона

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

5. Задание: Ознакомьтесь с кейсом. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов при формировании положительного имиджа региона при повышении статуса региона как одного из основных элементов формирования имиджа региона и РФ, основываясь на матрице BCG, разработайте «портфельную матрицу» региона (ПК-5.2)

Кейс

Определение основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона при повышении статуса региона как одного из основных элементов формирования имиджа региона и РФ (ПК-5.2)

С целью определения основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов при формировании положительного имиджа региона при повышении статуса региона как одного из основных элементов формирования имиджа региона и РФ, основываясь на матрице BCG, разработайте «портфельную матрицу» региона РФ (по выбору студента). Результаты представьте в виде следующей таблицы:

	Виды деятельности, наиболее развитые на	Виды деятельности, наименее развитые на
Виды деятельности, спрос на товары (услуги)	«Звезда» - ... <i>конкретная отрасль, сфера</i>	«Знак вопроса» - ...
Виды деятельности, спрос на товары (услуги)	«Дойная корова» - ...	«Собака» - ...

6. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и для постановки основных задач в формировании имиджа региона и РФ охарактеризуйте имидж (страны, отдельного

региона, города - по выбору студента) с позиции местного жителя

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ

6. Задание: Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона и для постановки основных задач в формировании имиджа региона и РФ охарактеризуйте имидж (страны, отдельного региона, города - по выбору студента) с позиции местного жителя(ПК-5.1)

Конкретная ситуация

Для постановки основных задач в формировании имиджа региона и РФ охарактеризуйте имидж (страны, отдельного региона, города - по выбору студента) с позиции местного жителя, предпринимателя, потенциального инвестора и руководителя органа власти. Поясните, какую коррекцию имиджа необходимо осуществить данной территории.

Измерьте имидж г. Барнаула по шкале знакомства-благосклонности, взяв в качестве целевой аудитории туристов и гостей столицы (другой вариант - иностранных студентов). Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Насколько хорошо Вы знаете г. Барнаул (на момент выбора)		Насколько благосклонно Вы (те, кто выбрал ответы 3 - 5)	
1. Никогда не слышал		1. Очень плохо	
2. Что-то слышал		2. Не очень хорошо	
3. Мало знаю		3. Безразлично	
4. Знаю довольно хорошо		4. Довольно благосклонно	
5. Знаю очень хорошо		5. Очень благосклонно	

7. Определите одну из основных тенденций формирования положительного имиджа региона в условиях конкуренции

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ

7..Задание: Ознакомьтесь с конкретной ситуацией и определите одну из основных тенденций формирования положительного имиджа региона в условиях конкуренции (ПК-5.2).

Компетенция	Индикатор достижения
ПК-5Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

Конкретная ситуация

По мере того, как усиливается конкуренция, с целью формирования положительного имиджа региона возникает необходимость увеличивать присутствие регионального бизнеса. Доля регионального бизнеса ежегодно снижается на 5%. Но, в то же время, сам рынок будет расти со скоростью около 200 тыс. ед. в год. На настоящий момент емкость рынка – 800 тыс. ед., доля компаний на нем – 35%; прибыль с единицы продукции – 2 у. е. Используя полученную информацию, заполните таблицу. Проанализируйте динамику присутствия регионального бизнеса и его роль в формировании положительного имиджа региона.

Год	Доля рынка	Объем продаж тыс	Валовая прибыль тыс
1			
2			
3			
4			
5			

8.С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона проанализируйте примеры использования регионом инструментов формирования и популяризации имиджа

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона	ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

8. Задание: Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. С целью формирования навыков принимать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона проанализируйте примеры использования регионом инструментов формирования и популяризации имиджа (ПК – 5.2)

Конкретная ситуация.

Проанализируйте примеры использования регионом инструментов формирования и популяризации имиджа (слоганы, темы, визуальные символы, события и действия). Насколько данные примеры отвечают критериям соответствия действительности, правдоподобия, простоты, притягательности и оригинальности.

Составьте список мест и слоганов, которые использовали эти места для создания и продвижения своего образа (например, Санкт-Петербург - Город белых ночей). Составьте список мест и слоганов-тем, которые использовали эти места для имиджевого позиционирования (например, Глазго - Художественная столица Европы).

Разработайте собственный список слоганов-образов и слоганов-тем для региона (конкретного города, края или РФ). Обоснуйте каждый слоган (почему?).

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

