



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Начальник УРОПС

Фонд оценочных средств  
(приложение к рабочей программе практики)  
для студентов, осваивающих элективный модуль 3. «Маркетинг»  
**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА – ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ**  
**(ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
**38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

ИНСТИТУТ  
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления  
кафедра менеджмента

## 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Таблица 1 – Планируемые результаты, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование практики	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-1: Способен регламентировать процессы подразделений организации и (или) разрабатывать административные регламенты подразделений организации;</p> <p>ПК-2: Способен проектировать и внедрять кросс-функциональные процессы организации или административные регламенты организации;</p> <p>ПК-4: Способен обосновывать решения в процессе профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-5: Способен проводить стратегический анализ, разработку и реализацию стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.</p>	<p>ПК-1.2: Демонстрирует навыки ввода в действие регламента процесса подразделения организации и (или) административного регламента подразделения организации и осуществляет контроль;</p> <p>ПК-2.2: Готов к внедрению кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации или их усовершенствования;</p> <p>ПК-4.2: Демонстрирует навыки решения практических задач в процессе осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-5.5: Демонстрирует навыки разработки и реализации стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.</p>	<p>Производственная практика - технологическая (проектно-технологическая) практика</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные подходы к описанию экономических процессов и явлений, строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;</li> <li>- особенности взаимодействия различных функциональных стратегий в рамках портфеля стратегий организации.</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить стратегический анализ деятельности организации (предприятия);</li> <li>- осуществлять разработку стратегии организации, направленной на обеспечение его конкурентоспособности.</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональными умениями и навыками выбора и использования различных технологий стратегического анализа и стратегического выбора.</li> </ul> <p><u>Должен приобрести опыт</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-использования различных подходов, моделей, матричных инструментов для осуществления целеполагания, проведения стратегического анализа и обоснования выбора сбалансированного портфеля стратегий.</li> </ul>

## 2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1 К оценочным средствам для промежуточной аттестации, проводимой в форме дифференцированного зачета (зачет с оценкой), относятся:

- отчет по практике;
- тестовые задания закрытого и открытого типов.

### 2.2 Критерии оценки результатов прохождения практики

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» 2) «зачтено», «не зачтено» 3) 100 – балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов</b>	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной знаний и системным взглядом на изучаемый объект
<b>2 Работа с информацией</b>	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в ис-	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в ис-

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	него сведений		следование новые релевантные задаче данные	следование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задаче
<b>4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

### 3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Компетенция ПК-1: Способен регламентировать процессы подразделений организации и (или) разрабатывать административные регламенты подразделений организации.

Индикатор ПК-1.2: Демонстрирует навыки ввода в действие регламента процесса подразделения организации и (или) административного регламента подразделения организации и осуществляет контроль.

#### Тестовые задания открытой формы:

1. \_\_\_\_\_ - это набор правил, норм и процедур, которые регулируют маркетинговую деятельность организации:
2. Регламентированный процесс обеспечивает \_\_\_\_\_ о достигнутых результатах (в том числе и промежуточных) и о ходе процесса:
3. Регламент процесса – важная составляющая \_\_\_\_\_ организации:
4. Основные виды регламентов, применяемые в маркетинге:
5. Регламент \_\_\_\_\_ описывает систему обучения внутри отдела маркетинга компании. Система наставничества, список обучающих материалов, доступы к ним, система тестирований и многое другое.
6. Этапы разработки маркетингового регламента:

**Тестовые задания закрытого типа:**

7. Расположите этапы разработки маркетингового плана:

1	Цель, которую необходимо достичь
2	Анализ текущей ситуации
3	Стратегия
4	Действия для достижения цели (исполнители, сроки)
5	Тактика
6	Показатели достижения целей маркетинга (выбор КРІ для измерения результатов)

8. Установите соответствие:

1	Дисконтированный срок окупаемости.	а	Используя этот параметр можно определить временной интервал, в течение которого полученные доходы от деятельности полностью перекроют все инвестированные ресурсы.
2	Чистый дисконтированный доход, отображающий рост капитала.	б	Это значение помогает определить максимально возможный уровень роста расходов на воплощение проекта на всех стадиях.
3	Внутренняя норма рентабельности.	в	Положительное значение этого показателя является весомым аргументом эффективности проекта. Если приходится выбирать между несколькими проектами, то, разбираясь с их эффективностью, инвесторы, скорее всего, предпочтут тот, где большее значение этого показателя.

9. Установите последовательность расположения разделов административного регламента:

1	Состав, последовательность и сроки выполнения административных процедур;
2	Общие положения
3	Формы контроля за исполнением административного регламента;

10. Установите соответствие характеристик и видов регламентов:

1	Технический;	а	Регулирует общий порядок оказания услуг.
2	Сервисный;	б	Описывает поэтапно технологический процесс производства и ожидаемый результат.
3	По управлению персоналом.	в	Включает права и обязанности работодателя и сотрудников, а также порядок взаимодействия между ними.

11. Установите последовательность организации маркетинговой деятельности на предприятии:

1	Маркетинговые цели
2	Тактика маркетинга
3	Стратегия маркетинга
4	Маркетинговый аудит
5	Контроль маркетинговой деятельности

## 12. Установите соответствие:

1	Методическая инструкция	а	определяет порядок выполнения отдельных или взаимосвязанных действий (функций), выполняемых конкретным подразделением или работником организации в рамках определенных процессов.
2	Должностная инструкция	б	определяет унифицированные правила и методы выполнения определенного процесса, независимые от исполнителей.
3	Рабочая инструкция	в	документ, регламентирующий производственные полномочия и обязанности работника.

Компетенция ПК-2: Способен проектировать и внедрять кросс-функциональные процессы организации или административные регламенты организации;

Индикатор ПК-2.2: Готов к внедрению кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации или их усовершенствования;

**Тестовые задания открытой формы:**

1. Процесс, который включает несколько функциональных областей или отделов внутри организации и требует сотрудничества и координации между ними.
2. Кросс-функциональный процесс включает в себя:
3. В ходе кросс-функционального процесса участники из разных функциональных областей объединяют:
4. Главное отличие кросс- функциональных от функциональных команд:

**Тестовые задания закрытого типа:**

5. Установите соответствие принципам работы кросс- функционального процесса:

1	Общие цели и задачи	а	Каждый участник процесса несет определенную ответственность за свой вклад в достижение целей.
2	Коммуникация и взаимодействие:	б	У всех участников процесса должны быть четко определены общие цели и задачи.
3	Распределение ответственности	в	Процесс вовлекает сотрудников из различных областей, которые должны быть готовы обмениваться информацией и работать в команде.

6. Установите последовательность создания кросс- функциональных команд:

1	Определение полномочий и отчетности
2	Формулировка задачи
3	Поиск участников
4	Подбор функций для выполнения задачи
5	Поиск лидера
6	Поддержка и коммуникации

7. Установите соответствие участников и сфер (отраслей) применения кросс- функционального процесса:

1	IT-компания	а	Специалисты по производству, логистике, качеству и технической поддержке.
2	Производство потребительских товаров	б	Разработчики, дизайнеры, тестировщики, специалисты по маркетингу.
3	Автомобилестроение	в	Аналитики рынка, конструкторы, инженеры, дизайнеры, краш-тест техники.

8. Установите последовательность этапов исследования кросс- функциональной интеграции на предприятии по степени информативности результатов (по убыванию):

2	Интервью с руководителем команды
1	Статистическая обработка данных отчетов
3	Опрос сотрудников
4	Дистанционная встреча с обсуждением результатов.

Компетенция ПК-4: Способен обосновывать решения в процессе профессиональной деятельности.

Индикатор ПК-4.2: Демонстрирует навыки решения практических задач в процессе осуществления профессиональной деятельности.

#### **Тестовые задания открытой формы:**

1. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена:
2. Комплекс маркетинга (микс-маркетинг) включает следующие элементы:
3. Руководство по фирменному стилю для сотрудников, партнёров, контрагентов, подрядчиков:
4. Сбор, обработка и анализ информации, необходимой для маркетинга компании. ...:
5. Основные методы маркетинговых исследований:
6. Основные показатели эффективности маркетинговой деятельности на предприятии:

#### **Тестовые задания закрытого типа:**

7. Установите последовательность выполнения этапов маркетинговых исследований:

1	Интерпретация данных и презентация результатов исследования.
2	Определение проблемы и постановка цели исследования;
3	Анализ вторичной и сбор первичной информации;
4	Проведение предварительного исследования и формулирование гипотез;
5	Разработка дизайна (плана, схемы) исследования;

8. Установите соответствие:

1	Первичная информация	а	Информация, собранная исследователем специально для решения конкретной проблемы.
2	Вторичная информация	б	Информация, собранная когда-либо для каких-либо целей, не связанных с текущей задачей.

9. Установите последовательность основных этапов планирования в маркетинге:

1	Контроль исполнения
2	Разработка общих целей
3	Конкретизация задач
4	Выбор основных путей и средств их достижения

10. Установите соответствие показателям:

1	Финансы	а	Рентабельность продаж
2	Внутренние процессы	б	Процент выполнения плана
3	Персонал	в	Затраты на обучение 1 сотрудника

11. Установите последовательность разработки опросного листа (анкеты) для проведения маркетингового исследования:

1	Разработка технологии формулирования вопросов
2	Выяснение целей и методов сбора информации
3	Подготовка опросного листа
5	Предварительное тестирование опросного листа
4	Разработка структуры опросного листа

12. Установите соответствие:

1	Продукт	а	Это то, что компания продаёт. В его состав могут входить либо товар, либо услуга, либо комбинация взаимосвязанных с товаром услуг. Помимо этого, частью продукта на современном рынке является торговая марка или бренд. Итого, продуктом является всё то, за что потребитель хочет и готов заплатить деньги.
2	Цена	б	Маркетинговые коммуникации. Этот элемент объединяет основные принципы выбора инструментов продвижения, медиаканалов и интенсивности воздействия на целевую аудиторию потребителей.
3	Место	в	Территории, оптовые склады, розничные точки, их тип и т.д., где доступен продукт для покупки потребителями. Причем это не простое перечисление точек сбыта, но и в том числе логистическая схема, как продукт попадает в них.
4	Продвижение	г	Это комплексный показатель, который определяет конечное значение стоимости для покупателя. Это могут быть скидки за объем, цена в сезон повышенного спроса или наоборот и т.п.



Компетенция ПК-5: Способен проводить стратегический анализ, разработку и реализацию стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Индикатор ПК-5.5: Демонстрирует навыки разработки и реализации стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

#### **Тестовые задания открытой формы:**

- 1 Инструмент управления конкурентоспособностью предприятия:
2. Индикаторы, показывающие, как функционирует маркетинг в компании (KPI):

#### **Тестовые задания закрытого типа:**

3. Установите последовательность этапов оценки конкурентоспособности предприятия:

1	Сбор информации
2	Выбор системы показателей для оценки
3	Расчет и оценка частных показателей
4	Расчет интегрального показателя конкурентоспособности
5	Выявление резервов для повышения конкурентоспособности

4. Установите соответствие методам оценки конкурентоспособности:

1	Комплексный метод	а	предполагает, что оценку конкурентоспособности компании исходя не только из нынешнего состояния фирмы, но и его вероятного будущего.
2	Матричный метод	б	производится путем изучения и оценки хозяйственной деятельности предприятия и ее продукции. Анализ проводится с учетом жизненного цикла продукции.
3	Метод SWOT-анализа	в	для выполнения этого анализа необходимо определить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы для фирмы. Анализ позволяет выделить определенный ряд действий, необходимых для улучшения хозяйственной деятельности предприятия, что способствует росту уровня конкурентоспособности.

#### **4 ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ, КУРСОВУЮ РАБОТУ/ КУРСОВОЙ ПРОЕКТ**

Данный вид контроля по производственной практике - технологической (проектно-технологической) практике не предусмотрен учебным планом.

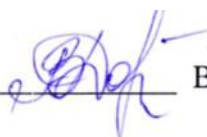
**5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ**

Фонд оценочных средств для аттестации по производственной практике - технологической (проектно-технологической) практике для студентов, осваивающих элективный модуль «Маркетинг», представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 4 от 27.12.2022 г.).

Фонд оценочных средств актуализирован. Изменения, дополнения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры менеджмента (протокол №7 от 18.04.2023 г.).

Заведующая кафедрой

  
В. В. Дорофеева