

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

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

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ПК-4: проведение анализа инноваций в экономике, управлении и информационно-коммуникативных технологиях	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

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

Показатели оценивания компетенций представлены в разделе «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины «Маркетинг» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

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

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент проявил знание программного материала, демонстрирует сформированные (иногда не полностью) умения и навыки, указанные в программе компетенции, умеет (в основном) систематизировать материал и делать выводы	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не усвоил основное содержание материала, не умеет систематизировать информацию, делать выводы, четко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирует низкий уровень овладения необходимыми компетенциями	0-24	<i>Не зачтено</i>

*3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.*

№ пп	Вопрос/Задача	Проверяемые компетенции
1	Что является сущностью маркетинга?	ОК-3

№ пп	Вопрос/Задача	Проверяемые компетенции
2	Когда потребность переходит в запрос?	ОК-3
3	Какие инструменты включает в себя комплекс маркетинга?	ОК-3
4	Какие этапы включает в себя стратегический маркетинг?	ОК-3
5	Как называется класс ИТ-систем, реализующих концепцию маркетинга взаимодействия?	ОК-3, ПК-4
6	Что входит в процедуру маркетинговых исследований?	ОК-3, ПК-4
7	Перечислите информационные ресурсы маркетинга	ПК-4
8	Модель B2B - это электронное взаимодействие клиентов или организаций?	ПК-4
9	Перечислите состав интернет-магазина	ПК-4
10	Перечислите ИТ-инструменты обмена между фирмой и клиентом	ПК-4

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