

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

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

| Код контролируемой компетенции | Способ оценивания | Оценочное средство |
|--|--------------------------|---|
| 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.

| 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. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|---|
| 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. Демонстрируя знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции (PEST-анализ), укажите факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу организации в данной ситуации: молокозавод диверсифицирует свою деятельность. Новым направлением является производство соков и сокосодержащей продукции. Для этих целей предполагается привлечение инвестиционного капитала. Продукция завода пользуется популярностью на региональном рынке, имеются стабильные каналы сбыта (ПК-6.1.)

2. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции

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

Демонстрируя знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции решите задачу.

Для асинхронных электродвигателей норматив комплектации на один металлорежущий станок составляет -2,19 шт., на одну кузнечно- прессовую машину – 1,25 шт., на одну литейную машину - 1,87 шт. электродвигателей. Средневзвешенная цена одного электродвигателя – 20000 руб. Объем производства изделий – представителей (оборудования) в планируемом году: металлорежущих станков - 3000 шт.; кузнечно – прессовых машин – 2880 шт.; литейных машин – 2600 шт. Рассчитайте ёмкость рынка электродвигателей в стоимостном выражении. (ПК-6.1)

3. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции

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

Демонстрируя знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции решить задачу.

Завод выпускает 1000 станков в год; по нормативам металлоемкость данного типа станка составляет 800 кг/шт. Потери металла составляют 5% на 1 кг. Новая технология позволяет уменьшить металлоемкость на 25%. Запасы металла увеличились на 10т. На рынке работает 5 заводов. Какова емкость рынка металла? (ПК-6.1.)

4. Разработка товарной политики

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

В таблице приведены данные о конкурентоспособности воздушных компрессоров. Посчитайте конкурентоспособность каждого образца. Разработайте маркетинговые предложения по увеличению сбыта при имеющемся коэффициенте конкурентоспособности.

| Образец | Полезный эффект м ³ | Совокупные затраты тыс. руб | Эффективность, м ³ / руб | Коэффициент конкурентоспособности |
|------------|-----------------------------------|--------------------------------|--|-----------------------------------|
| Образец №1 | 5.8 | 2.2 | | |
| Образец №2 | 7.2 | 2.3 | | |
| Образец №3 | 8.0 | 2.5 | | |
| Проект А | 6.5 | 2.4 | | |
| Проект Б | 8.8 | 2.6 | | |

За эталон принимается образец, существующий на данном рынке с самым большим значением коэффициента эффективности.

5.Разработка ценовой политики

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

Рассчитать цену товара, используя методы ориентации на затраты, ориентации на цены конкурентов, ориентации на воспринимаемую цену товара, рассчитать окончательную отпускную цену товара по вариантам:

| Исходные данные по вариантам | Варианты | | | | |
|---|----------|--------|--------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Целевой объем продаж в месяц, шт. | 4500 | 4200 | 3900 | 3850 | 4150 |
| Общая сумма расходов в месяц, руб. | 600000 | 560000 | 510000 | 500000 | 540000 |
| Коэффициент розничной наценки | 1,7 | 1,56 | 1,68 | 1,75 | 1,8 |
| НДС (2020 год),% | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Наценка дилера, % | 12 | 13 | 14 | 16 | 11 |
| Наценка магазина, % | 18 | 19 | 21 | 22 | 20 |
| Пошлины, % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прогноз Рентабельность, % | 41 | 35 | 38 | 37 | 40 |
| Цена конкурента 1, руб. | 270 | 280 | 290 | 285 | 275 |
| Стратегия цены относительно конкурента 1- минимум на% выше | 15 | 16 | 19 | 22 | 21 |
| Цена конкурента 2, руб. | 420 | 430 | 440 | 415 | 455 |
| Стратегия цены относительно конкурента 2- минимум на% ниже | 12 | 13 | 14 | 16 | 17 |
| Цена конкурента 3, руб. | 545 | 525 | 530 | 540 | 550 |
| Стратегия цены относительно конкурента 3- на _____ ценовой (ценовых) сегмент(а) ниже | один | один | один | один | один |
| <i>Результаты маркетингового опроса</i> | | | | | |
| Воспринимаемая ценность товара (цена, которую потребитель готов отдать за товар конкурента 1) | 250 | 250 | 250 | 250 | 250 |
| Воспринимаемая ценность товара (цена, которую потребитель готов отдать за товар конкурента 2) | 450 | 450 | 450 | 450 | 450 |
| Воспринимаемая ценность товара (цена, которую потребитель готов отдать за товар конкурента 3) | 560 | 560 | 560 | 560 | 560 |
| Воспринимаемая ценность товара (цена, которую потребитель готов отдать за товар нашей компании) | 410 | 410 | 410 | 410 | 410 |

6.Разработка сбытовой политики

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

Демонстрируя способность разрабатывать товарную, ценовую и сбытовую политику решите задачу: Определите прогнозное значение сбыта продукции предприятия и стандартное отклонение, если эксперты предоставили следующие данные: – Оптимистический прогноз - 2,5 тыс. шт – Пессимистический прогноз - 2 тыс. шт. – Наиболее вероятный прогноз - 2,2 тыс. шт. (ПК-6.2)

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