



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Колледж Иркутского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ


Директор колледжа ИГУ

«15» января 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине:

ОПЦ. 09 «Маркетинг»

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Направленность: Коммерция и осуществление интернет-мониторинга

Квалификация выпускника: специалист торгового дела

Форма обучения: очная

Согласовано с УМК колледжа ИГУ
Протокол № 8 от «15» января 2025г.

Председатель  А.А.Резакова

Иркутск 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Разработан для учебной дисциплины ОПЦ. 09 «Маркетинг» 32.02.08 Торговое дело, направленность: «Коммерция и осуществление интернет-мониторинга».

Фонд оценочных материалов (ФОМ) включает оценочные материалы для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

Оценочные материалы соотнесены с требуемыми результатами освоения образовательной программы по специальности СПО 32.02.08 Торговое дело, в соответствии с содержанием рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг» с учетом ПОП.

Нормативные документы, регламентирующие разработку ФОМ:

- статья 2, часть 9 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», ФЗ-273, от 29.12.2012г;

- федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 32.02.08 Торговое дело, утвержденный приказом Министерства просвещения от 19 июля 2023 г. № 548.

- примерная образовательная программа 32.02.08 Торговое дело, утвержденная Приказом ФГБОУ ДПО ИРПО от _____ № _____ (проект).

1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины (1 курс, 3 семестр):

Профессиональные компетенции: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8.

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины			Формы и методы контроля и оценки
		Умеет	Знает	Владеет навыками	
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> - применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; - определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; - составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; - составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга. 	<ul style="list-style-type: none"> - составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - методов изучения рынка, анализа окружающей среды; - этапов маркетинговых исследований, их результат; - методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях. 	<ul style="list-style-type: none"> - выявления проблем и формулирования целей исследования; - планирования проведения маркетингового исследования; - определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; - подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; - проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диагностика (тестирование, контрольные работы); - экспертное наблюдение выполнения практических работ и видов работ по практике - устный (письменный) опрос <p>Промежуточная аттестация:</p> <p>Зачет</p>
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; 	<ul style="list-style-type: none"> средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых 	<ul style="list-style-type: none"> разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; 	

	товаров (услуг) организации	- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.	коммуникаций и их характеристики.		
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных	- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен.	- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.	Текущий контроль: - диагностика (тестирование, контрольные работы); - экспертное наблюдение выполнения практических работ и видов работ по практике - устный (письменный) опрос Промежуточная аттестация: Зачет
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	- анализировать текущую рыночную конъюнктуру	- видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; - методов оценки конкурентной среды.	- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.	
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности	- применять нормы российского законодательства в области регулирования	- норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;	- применения норм российского законодательства в области регулирования	

	<p>предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p>предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать идеи до бизнес-предложений; - оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; - оценивать риски, связанные с бизнесом; - анализировать бизнес-концепции; - предлагать идеи для дальнейшего развития; - применять методы принятия оптимальных решений; - находить аргументы в пользу идей; - 	<ul style="list-style-type: none"> - роли и значения бизнес-плана; - основных функций бизнес-плана; - классификации основных типов бизнес-планов; - методологии и процессов развития бизнес-идей; - порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью. 	<p>предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; - 	
<p>ПК 2.6</p>	<p>Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; - использовать методы экономического анализа; - анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; 	<ul style="list-style-type: none"> - принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных технологий; - методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; 	<ul style="list-style-type: none"> - расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диагностика (тестирование, контрольные работы); - экспертное наблюдение выполнения практических работ; - решение и экспертная оценка

		<ul style="list-style-type: none"> - оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами. 	<ul style="list-style-type: none"> - методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; - методов, способов и приемов для решения задач по анализу; 		<p>решения ситуационных задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> - устный (письменный/комбинированный) опрос <p>Промежуточная аттестация: Зачет</p>
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; - оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; - предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации. 	<ul style="list-style-type: none"> - методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации; - спектра специализированных программных продуктов; - интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; - инновационных средств и устройств информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение 	<ul style="list-style-type: none"> - определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. 	

			предпринимательской деятельности.		
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	<ul style="list-style-type: none"> - собирать информацию о бизнес-проблемах; - анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. 	<ul style="list-style-type: none"> - рисков: понятия и видов; - методов оценки риска, связанных с бизнесом; - мер снижения риска, связанных с бизнесом; - методов оценки выполнимости бизнес-идеи; - основных способов анализа и оценки рисков; - состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности. 	<ul style="list-style-type: none"> - сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диагностика (тестирование, контрольные работы); - экспертное наблюдение выполнения практических работ; - решение и экспертная оценка решения ситуационных задач; - устный (письменный/комбинированный) опрос <p>Промежуточная аттестация:</p> <p>Зачет</p>

2. Текущий контроль

2.1. Характеристика оценочных материалов для обеспечения текущего контроля по дисциплине

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведённого на освоение учебной дисциплины

Количество заданий в комплекте оценочных материалов (КОМ)

Код компетенции	Наименование компетенции	Количество заданий (по каждой форме ТК)
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	7
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	7
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	7
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	7
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	7
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	7
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	7
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	7
ВСЕГО	8 компетенций	56 заданий

Общая характеристика комплекса оценочных материалов по каждой форме текущего контроля

Наименование КОМ	Оценочные материалы
Устный (письменный/комбинированный) опрос	Вопросы по теме «Современная концепция маркетинга» Вопросы по теме «Стратегическое маркетинговое планирование» Вопросы по теме «Маркетинговые коммуникации»
Тестирование	Тестовые задания по теме: «Маркетинговая информационная система» Тестовые задания по теме: «Ценообразование в маркетинге» Тестовые задания по теме: «Организация и контроль маркетинговой деятельности»

Решение и экспертная оценка решения ситуационных задач	Ситуационные задачи по теме «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара» Ситуационные задачи по теме «Товар и товарная политика» Ситуационные задачи по теме «Каналы распределения и товародвижение»
Экспертное наблюдение выполнения практических работ	Практическая работа (задание) по теме «Маркетинговая информационная система» (разработка анкеты) Практическая работа (задание) по теме «Стратегическое маркетинговое планирование» (SWOT-анализ) Практическая работа (задание) по теме «Маркетинговые коммуникации» (разработка рекламной кампании)
Контрольная работа	Задания для контрольной работы по теме «Современная концепция маркетинга» Задания для контрольной работы по теме «Товар и товарная политика»

2.2 Общая характеристика форм текущего контроля:

Опрос:

Виды опроса: устный, письменный, комбинированный.

Как правило, опрос предполагает наличие заданий открытого типа с развернутым ответом.

Устный опрос – контроль, проводимый после изучения материала по одному или нескольким темам (разделам) дисциплины в виде ответов на вопросы и обсуждения ситуаций.

Письменный опрос – контроль, предполагающий работу с поставленными вопросами, решением задач, анализом ситуаций, выполнением практических заданий по отдельным темам (разделам) курса.

Комбинированный опрос – контроль, предусматривающий одновременное использование устной и письменной форм оценки знаний по одной или нескольким темам. Задания выполняются студентом в строгой последовательности без консультации преподавателя.

Тестирование – стандартизованная процедура сбора и обработки данных, а также их интерпретацию.

Тестирование – позволяет проверить знания обучающихся по широкому кругу вопросов.

Практически исключают субъективизм преподавателя, как в процессе контроля, так и в процессе оценки.

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру оценки уровня знаний и умений обучающихся.

Виды тестовых заданий:

- задания закрытого типа на установление соответствия (в том числе группировка информации, исключение лишнего, перекрестный выбор);
- задания закрытого типа на установление последовательности;
- задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора;

- задания комбинированного типа с выбором нескольких вариантов правильного ответа из четырех предложенных и развернутым обоснованием выбора.

Каждое тестовое задание сопровождается:

- инструкцией по выполнению задания (для каждого типа задания имеется своя типовая инструкция по выполнению),

- текст задания;

- поле для ответа;

- ключ к оцениванию

Если текущий контроль проводится в форме тестирования, в том числе с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (компьютерного тестирования) студенты должны внимательно прочитать инструкцию по выполнению задания, текст задания, выполнить задание теста и вписать свой вариант ответа в поле для ответа. Максимальное время выполнения теста указывается в инструкции и зависит от количества вопросов в тесте и уровня сложности тестовых заданий.

Решение и экспертная оценка решения ситуационных задач

Решение ситуационных задач (кейсов) – это форма текущего контроля самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем. Ситуационная задача представляет собой описание ситуации, которую надо решить, ответив на вопросы, носящие проблемный характер и (или) выполнив задания, которые демонстрируют сформированность умения решения практических заданий.

Следовательно, каждая ситуационная задача имеет структуру:

- описание ситуации (описание проблемы), связанной с будущей профессиональной деятельностью;

- вопросы;

- экспертный лист оценки ситуационной задачи.

Такие задания могут представлять собой проект, памятку, инструкцию, другой презентуемый практический результат выполнения задания. Для ситуационных заданий обычно подбираются названия, которые отражают либо основное содержание ситуации, либо проблему, на решение которой ситуация направлена.

Экспертное наблюдение выполнения практических работ

Выполнение практических работ при проведении практических занятий направлено на проверку умений и сформированности компетенций (элемента компетенций). В текущем контроле оценивается правильность выполнения заданий по теме/разделу и степень самостоятельности обучающегося при выполнении заданий.

Практическая работа, как правило, содержит практические задания. Практическое задание представляет собой «демонстрационную» работу в реальных или модельных условиях, например:

- проведение производственных работ;

- обработка и анализ получаемой производственной информации;

- разработка и защита проекта (модели, подхода, решения и т. п.).

Формулировка практического задания обычно содержит конкретную профессиональную задачу, решение которой связано с выполнением проверяемых компетенций и связано с выполнением в будущей профессиональной деятельности трудовых функций/трудовых действий.

Типовая формулировка практического задания для оценки сформированности компетенции предусматривает наличие следующих элементов:

- описание производственной ситуации, указание ее конкретных технологических условий;

- инструкция к выполнению – что конкретно предписывается выполнить, задачная формулировка.

- условия выполнения – длительность выполнения задания, место выполнения задания, источник информации для выполнения задания (как правило, нормативные документы, чертежи, схемы, графики, статистические данные, фотографии и др.), предметы и средства труда, необходимые для выполнения задания;

- форма – указание на форму предъявления результатов выполнения задания;

- экспертный лист наблюдения за практической работой, включающий: описание предмета оценки, объекта оценки практической работы; критерии оценки практической работы.

Если в качестве задания предполагается оформление портфолио, то необходимо указать, какие материалы должны быть в него включены и как они должны быть оформлены.

В качестве формы проведения практических работ (практических заданий) могут быть использованы – деловая или ролевая игра.

Деловая и/или ролевая игра – совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи, а также уровень сформированности компетенций (элемента компетенций).

Контрольная работа – форма текущего контроля, направленная на оценку качества знаний и умений по результатам освоения отдельных тем или разделов дисциплины. Контрольная работа – может включать в себя элементы письменного опроса, тестирования и практических заданий или ситуационных задач. Контрольные работы в рамках дисциплины «Психология социальной работы» могут быть: письменные, практические, графические.

Вариантом письменной контрольной работы может быть терминологический диктант, направленный на оценку усвоения студентами знаний основных понятий и терминов изучаемой дисциплины.

Вариантом графической контрольной работы может быть составление схемы последовательности действий специалиста при проведении консультирования; составления таблицы проблемы и методы их решения и др.

Вариантом практической работы может быть решение ситуационных задач и оформление презентации полученных результатов.

2.3. Критерии оценки текущего контроля

2.3.1 Критерии оценки опроса (устный/письменный/комбинированный):

Правильность ответа на вопрос;

Полнота ответа

Логика изложения ответа на вопрос

Обоснование (аргументация) ответа

Шкала оценки:

Характеристика ответа	Оцениваемые компетенции	Оценка	
		Балл (отметка)	Вербальный аналог
<p>Ответы на вопросы правильные, полные, аргументированные. Студент грамотно и логично излагает свои мысли, применяет в ответах современную научную профессиональную терминологию; использует при ответе достоверную правовую информацию.</p> <p>При ответе на вопросы применяет (при необходимости) профессиональную документацию на государственном и иностранном языках.</p>	ПК 2.1-ПК 2.8	5	отлично
<p>При ответе на вопросы студент грамотно, аргументировано (умеет обосновывать ответы) излагает свои мысли, в ответе применяет современную научную профессиональную терминологию; использует при ответе достоверную правовую информацию.</p> <p>При ответе на вопросы умеет применять профессиональную документацию на государственном и иностранном языках</p> <p>Ответ неполный и требует уточнений и дополнений. Изложение ответов не всегда логично и требует уточнений, дополнений.</p>		4	хорошо
<p>Студент дает в основном правильные ответы (может допускать небольшие ошибки), умеет грамотно излагать свои мысли, в основном ориентируется в современной научной профессиональной терминологии.</p> <p>Не дает полного ответа, либо ответ студента не аргументирует (не обосновывает) достоверной профессиональной и/или правовой информацией.</p> <p>Знает, как применять профессиональную документацию на государственном и иностранном языках, но не всегда ее применяет при ответе на вопросы.</p>		3	удовлетворительно

При устном опросе дает ответы на вопросы с помощью уточняющих или наводящих вопросов. ИЛИ в ответах нарушена логика изложения ответов на вопросы			
Студент не умеет логично и/или грамотно излагать свои мысли в ответах на вопросы; Не способен использовать в своем ответе современную научную профессиональную терминологию, не способен найти источники достоверной профессиональной, правовой информации по изучаемому вопросу. В ответах допускает ошибки или правильные ответы отсутствуют. Не умеет применять профессиональную документацию на государственном и иностранном языках Дает фрагментарный (неполный) ответ на вопрос или не дает ответа на вопрос		2	неудовлетворительно

2.3.2 Критерии оценки результатов тестирования

Процент результативности	Оцениваемые компетенции	Оценка	
		Балл (отметка)	Вербальный аналог
91%-100%	ПК 2.1-ПК 2.8	5	отлично
71%-90%		4	хорошо
51%-70%		3	удовлетворительно
0%-50%		2	неудовлетворительно

2.3.3 Критерии оценки решения кейса и ситуационной задачи

Критерий	Оцениваемые компетенции	Оценка	
		Балл	Отметка
Ситуационная задача выполнена правильно (совпадает с эталоном по содержанию и полноте). Выполнена с определением необходимых показателей по всем пунктам. Не допускаются несовпадения по содержанию и полноте с эталоном, не допускаются неточности в ответах на вопросы, определении показателей и расчетах	ПК 2.1-ПК 2.8	10	отлично
Ситуационная задача выполнена правильно (практически совпадает с эталоном по содержанию и полноте) с определением необходимых показателей. Допускаются небольшие отклонения от эталона в ответах на вопросы к ситуационной задаче, неточности в определении 1-2 параметров в задании		9-8	хорошо
Ситуационная задача выполнена правильно (частично решение ситуационной задачи совпадает с эталоном) Допускаются		7-5	удовлетворительно

неточности в ответах на вопросы к задаче, к оценке ситуации, в определении 2-3 параметров в задании, отклонения от эталона по полноте изложения или по содержанию			
Ситуационная задача не соответствует эталону, ответы отсутствуют или ситуационная задача по 3 и более параметрам выполнена неверно.		4 и меньше	неудовлетворительно

При заполнении экспертного листа оценки решения кейса или ситуационной задачи, включающего: описание предмета оценки, объекта оценки профессиональной ситуации (ситуационной задачи), оцениваются компетенции: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8.

Критерии и шкала экспертной оценки профессиональной ситуации (ситуационной задачи): дополнительно присваиваются:

- 3 балла - если студент способен оценить спланированный (предлагаемый) состав действий, проанализировать решение задачи и/или проблемы и выделять её составные части, определить этапы решения задачи и качество решения ситуационной задачи на каждом этапе, предложить и аргументировать свой вариант решения проблемного вопроса или ситуационной задачи;

2 балла - если студент способен оценить спланированный (предлагаемый) состав действий при решении ситуационной задачи или проблемного вопроса, проанализировать решение задачи и/или проблемы и выделять её составные части, определять этапы решения задачи и качество решения ситуационной задачи на каждом этапе, но не может предложить свой (иной) вариант решения проблемного вопроса или проблемной ситуации;

1 балл – если студент выполняет не более критериев экспертной оценки решения проблемного вопроса или ситуационной задачи

Общая оценка за решение и экспертную оценку решения ситуационных задач:

Общее количество баллов	Общая оценка	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
13-12	5	отлично
11-9	4	хорошо
8-6	3	удовлетворительно
5 и менее	2	неудовлетворительно

2.3.4 Критерии оценки выполнения практических работ и экспертного наблюдения за выполнением практических работ

Критерий	Оцениваемые компетенции	Оценка	
		Балл	Оценка (отметка)
Практическое задание выполнено правильно (в соответствии с эталоном). Выполнено в полном соответствии с инструкцией. Выполнено в указанное время. При выполнении практических работ студент умеет распознавать проблему в	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6,	10	отлично

<p>профессиональном контексте, анализировать и выделять её составные части.</p> <p>Студент самостоятельно осуществляет эффективный поиск информации, необходимой для решения практического задания или практической работы (нормативные документы, чертежи, схемы, графики, статистические данные, фотографии и др.) и структурировать получаемую информацию. Не допускает неточностей в использовании прав, статистической и иной информации, необходимой для выполнения практической работы.</p> <p>Умеет оформлять результаты поиска информации при выполнении практической работы и оценивать практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Умеет при выполнении практической работы определять этапы решения практической задачи (практической работы), составлять план действия, реализовывать составленный план.</p> <p>Умеет выявлять и использовать необходимые ресурсы, а также прогнозировать результаты практического применения результатов практической работы в профессиональной сфере.</p> <p>Применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач.</p> <p>Оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p> <p>Не допускает неточностей в выполнении на всех этапах практической работы. Выполняет в полном объеме все указанные критерии.</p>	<p>ПК 2.7, ПК 2.8.</p>		
<p>Практическое задание выполнено правильно (в соответствии с эталоном). Выполнено в полном соответствии с инструкцией.</p> <p>Выполнено в указанное время.</p> <p>При выполнении практических работ студент умеет распознавать проблему в профессиональном контексте, анализировать и выделять её составные части</p> <p>Студент самостоятельно осуществляет эффективный поиск информации, необходимой для решения практического задания или практической работы (нормативные документы, чертежи, схемы, графики, статистические данные, фотографии и др.) и структурировать получаемую информацию. Не допускает неточностей в использовании прав, статистической и иной информации,</p>		<p>9-8</p>	<p>хорошо</p>

<p>необходимой для выполнения практической работы.</p> <p>Умеет оформлять результаты поиска информации при выполнении практической работы и оценивать практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Умеет при выполнении практической работы определять этапы решения практической задачи (практической работы), составлять план действия, реализовывать составленный план.</p> <p>Умеет выявлять и использовать необходимые ресурсы, а также прогнозировать результаты практического применения результатов практической работы в профессиональной сфере предоставления услуг,</p> <p>Применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач.</p> <p>Оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p> <p>Допускает неточности в выполнении 1-2 критериев практической работы.</p>			
<p>Практическое задание выполнено правильно (в соответствии с эталоном). Выполнено в полном соответствии с инструкцией.</p> <p>Выполнено в указанное время.</p> <p>При выполнении практических работ студент умеет распознавать проблему в профессиональном контексте, анализировать и выделять её составные части</p> <p>Студент самостоятельно осуществляет эффективный поиск информации, необходимой для решения практического задания или практической работы (нормативные документы, чертежи, схемы, графики, статистические данные, фотографии и др.) и структурировать получаемую информацию. Не допускает неточностей в использовании правой, статистической и иной информации, необходимой для выполнения практической работы.</p> <p>Умеет оформлять результаты поиска информации при выполнении практической работы и оценивать практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Умеет при выполнении практической работы определять этапы решения практической задачи (практической работы), составлять план действия, реализовывать составленный план.</p> <p>Умеет выявлять и использовать необходимые ресурсы, а также прогнозировать результаты</p>		7-5	удовлетворительно

<p>практического применения результатов практической работы в профессиональной сфере предоставления социальных услуг, Применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач. Оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Допускает неточности в выполнении 2-3 критериев практической работы.</p>			
<p>Студент частично выполнил практическую работу или не выполнил практическую работу.</p>		<p>4 и меньше</p>	<p>неудовлетворительно</p>

При заполнении экспертного листа наблюдения за практической работой, включающего: описание предмета оценки, объекта оценки практической работы; критерии оценки практической работы оцениваются компетенции – ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8. и дополнительно присваиваются баллы.

Критерии и шкала оценки экспертного наблюдения и заполнения экспертного листа наблюдений. 3 балла - если студент:

- способен оценить спланированный (предлагаемый) состав действий,
- проанализировать выделять составные части практической работы,
- определить этапы выполнения и качество выполнения практической работы на каждом этапе,
- понимает общий смысл профессиональных высказываний на темы, связанные с выполнением и представлением результатов практической работы,
- участвует в диалогах на общие и профессиональные темы по вопросам выполнения и представления результатов практической работы,
- может кратко, логично и аргументировано обосновывать и объяснять свою оценку выполнения практической работы;

2 балла - если студент:

- способен оценить спланированный (предлагаемый) состав действий,
- проанализировать выделять составные части практической работы,
- определить этапы выполнения и качество выполнения практической работы на каждом этапе,
- понимает общий смысл профессиональных высказываний на темы, связанные с выполнением и представлением результатов практической работы,
- участвует в диалогах на общие и профессиональные темы по вопросам выполнения и представления результатов практической работы,
- **не может** кратко и аргументировано обосновывать и объяснять свою оценку выполнения практической работы;

1 балл – если студент:

- может дать оценку каждой составной части практической работы,

- **не всегда** понимает общий смысл профессиональных высказываний на темы, связанные с выполнением и представлением результатов практической работы,

- или **не участвует** в диалогах на общие и профессиональные темы по вопросам выполнения и представления результатов практической работы,

- **не может** кратко и аргументировано обосновывать и объяснять свою оценку выполнения практической работы.

Общая оценка за *решение и экспертную оценку решения ситуационных задач*

Общее количество баллов		
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
13-12	5	отлично
11-9	4	хорошо
8-6	3	удовлетворительно
5 и менее	2	неудовлетворительно

2.4.5 Критерии и шкала оценки результатов контрольной работы

Оцениваемые компетенции: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8.

Оценка (отметка) 5 «отлично» выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.

Оценка (отметка) 4 «хорошо», если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.

Оценка (отметка) 3 «удовлетворительно» выставляется, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех - пяти недочетов, допускает искажение фактов.

Оценка (отметка) 2 «неудовлетворительно» выставляется, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

2.5. Оценочные материалы для проведения текущего контроля

2.5.1. Задания открытого типа с развернутым ответом, используемые для проведения устного, письменного или комбинированного опроса:

Инструкция: Внимательно прочитайте текст задания, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие и компактные формулировки:

Вопрос	Проверяемая компетенция или индикатор компетенции	Ответ студента
Какие методы сбора первичной	ПК 2.1 Проводить маркетинговые	Основные методы сбора первичной маркетинговой информации включают:

маркетинговой информации вы знаете?	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Опросы (анкетирование, интервью) Наблюдение (прямое, с использованием техники) Эксперименты (лабораторные, полевые) Фокус-группы Глубинные интервью Проекционные методы (ассоциативные тесты, завершение ситуаций)
Опишите этапы процесса маркетингового исследования.		Этапы маркетингового исследования: Определение проблемы и целей исследования Разработка плана исследования (выбор методов, определение бюджета) Сбор данных (первичных и вторичных) Анализ собранной информации Интерпретация результатов и подготовка отчета Принятие маркетинговых решений на основе выводов
Как выбрать оптимальные каналы распространения рекламы?	ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Выбор оптимальных каналов рекламы основывается на: Целевой аудитории (ее медиапредпочтениях) Характеристиках товара (тип, цена, сложность) Целях рекламной кампании (информирование, убеждение, напоминание) Бюджете кампании Охвате и частоте контактов Возможности измерить эффективность канала
Какие факторы влияют на ценовую эластичность спроса?	ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	Факторы ценовой эластичности спроса: 1. Наличие товаров-заменителей 2. Доля расходов на товар в бюджете потребителя 3. Степень необходимости товара 4. Временной фактор (краткосрочный/долгосрочный период) 5. Привычки и предпочтения потребителей 6. Уровень доходов целевой аудитории
Как обосновать размер скидки для оптового покупателя?		Обоснование размера скидки включает: 1. Анализ объема закупок (чем больше объем - выше скидка) 2. Учет частоты заказов 3. Оценку стоимости привлечения нового клиента 4. Анализ себестоимости продукции 5. Изучение конкурентных предложений 6. Расчет точки безубыточности для разных уровней скидок

<p>Опишите методы конкурентного анализа по модели Портера.</p>	<p>ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p>	<p>Модель конкурентного анализа Портера включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ пяти сил конкуренции: 2. Угроза появления новых конкурентов 3. Рыночная власть поставщиков 4. Рыночная власть покупателей 5. Угроза товаров-заменителей 6. Уровень конкурентной борьбы 7. Определение конкурентных стратегий: 8. Лидерство по издержкам 9. Дифференциация 10. Фокусирование (нишевая стратегия)
<p>Как провести SWOT-анализ для компании?</p>	<p>ПК 2.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p>Алгоритм проведения SWOT-анализа:</p> <p>Выявление внутренних факторов: Сильные стороны (преимущества компании) Слабые стороны (недостатки компании)</p> <p>Анализ внешней среды: Возможности (благоприятные внешние факторы) Угрозы (неблагоприятные внешние факторы)</p> <p>Сопоставление элементов матрицы Разработка стратегий: SO (использование сильных сторон для реализации возможностей) ST (использование сильных сторон для минимизации угроз) WO (преодоление слабостей за счет возможностей) WT (минимизация слабостей и угроз)</p>
<p>Какие решения включает товарная политика компании?</p>	<p>ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p>Товарная политика включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ассортиментные решения-ширина и глубина ассортимента, обновление ассортимента 2. Марочные решения-стратегия брендинга, позиционирование торговой марки. 3. Упаковочные решения 4. Сервисную политику 5. Решения по жизненному циклу товара 6. Политику разработки новых товаров
<p>Какие критерии выбора торговых посредников наиболее важны?</p>	<p>ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Финансовая устойчивость посредника - Репутация на рынке - Охват целевого рынка - Уровень сервиса и логистические возможности - Готовность к сотрудничеству на предлагаемых условиях - Наличие необходимой инфраструктуры - Опыт работы с аналогичными товарами - Соответствие ценовой политике производителя

Как микросреда компании влияет на ее маркетинговую деятельность?	ПК 2.8 Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	Влияние микросреды: Поставщики - влияют на себестоимость и качество продукции Конкуренты - определяют стратегию позиционирования Посредники - влияют на доступность товара для потребителей Потребители - определяют требования к продукту Контактные аудитории (СМИ, общественные организации) - влияют на репутацию Собственные подразделения компании - определяют возможности реализации маркетинговой стратегии
--	--	--

Задание считается верно выполненным, если ответ студента совпадает с эталонным ответом по содержанию и полноте.

Вопрос	Эталонный ответ
Какие методы сбора первичной маркетинговой информации вы знаете?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х методов.</i></p> <p>Основные методы сбора первичной маркетинговой информации включают:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Опросы (анкетирование, интервью) • Наблюдение (прямое, с использованием техники) • Эксперименты (лабораторные, полевые) • Фокус-группы • Глубинные интервью • Проекционные методы (ассоциативные тесты, завершение ситуаций)
Опишите этапы процесса маркетингового исследования.	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х этапов.</i></p> <p>Этапы маркетингового исследования:</p> <p>Определение проблемы и целей исследования</p> <p>Разработка плана исследования (выбор методов, определение бюджета)</p> <p>Сбор данных (первичных и вторичных)</p> <p>Анализ собранной информации</p> <p>Интерпретация результатов и подготовка отчета</p> <p>Принятие маркетинговых решений на основе выводов</p>
Как выбрать оптимальные каналы распространения рекламы?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х методов.</i></p> <p>Выбор оптимальных каналов рекламы основывается на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Целевой аудитории (ее медиапредпочтениях) • Характеристиках товара (тип, цена, сложность) • Целях рекламной кампании (информирование, убеждение, напоминание) • Бюджете кампании • Охвате и частоте контактов

	<ul style="list-style-type: none"> • Возможности измерить эффективность канала
Какие факторы влияют на ценовую эластичность спроса?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х факторов.</i></p> <p>Факторы ценовой эластичности спроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие товаров-заменителей 2. Доля расходов на товар в бюджете потребителя 3. Степень необходимости товара 4. Временной фактор (краткосрочный/долгосрочный период) 5. Привычки и предпочтения потребителей 6. Уровень доходов целевой аудитории
Как обосновать размер скидки для оптового покупателя?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х факторов.</i></p> <p>Обоснование размера скидки включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ объема закупок (чем больше объем - выше скидка) 2. Учет частоты заказов 3. Оценку стоимости привлечения нового клиента 4. Анализ себестоимости продукции 5. Изучение конкурентных предложений 6. Расчет точки безубыточности для разных уровней скидок
Опишите методы конкурентного анализа по модели Портера.	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х факторов.</i></p> <p>Модель конкурентного анализа Портера включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ пяти сил конкуренции: 2. Угроза появления новых конкурентов 3. Рыночная власть поставщиков 4. Рыночная власть покупателей 5. Угроза товаров-заменителей 6. Уровень конкурентной борьбы 7. Определение конкурентных стратегий: 8. Лидерство по издержкам 9. Дифференциация 10. Фокусирование (нишевая стратегия)
Как провести SWOT-анализ для компании?	<p>Алгоритм проведения SWOT-анализа:</p> <p>Выявление внутренних факторов:</p> <p>Сильные стороны (преимущества компании)</p> <p>Слабые стороны (недостатки компании)</p> <p>Анализ внешней среды:</p> <p>Возможности (благоприятные внешние факторы)</p> <p>Угрозы (неблагоприятные внешние факторы)</p> <p><i>Также правильным ответом будет считаться:</i></p> <p>Сопоставление элементов матрицы</p> <p>Разработка стратегий:</p> <p>SO (использование сильных сторон для реализации возможностей)</p> <p>ST (использование сильных сторон для минимизации угроз)</p> <p>WO (преодоление слабостей за счет возможностей)</p> <p>WT (минимизация слабостей и угроз)</p>
Какие решения включает товарная политика компании?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х пунктов.</i></p> <p>Товарная политика включает:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ассортиментные решения-ширина и глубина ассортимента, обновление ассортимента 2. Марочные решения-стратегия брендинга, позиционирование торговой марки. 3. Упаковочные решения 4. Сервисную политику 5. Решения по жизненному циклу товара 6. Политику разработки новых товаров
Какие критерии выбора торговых посредников наиболее важны?	<p><i>Верным считается ответ, если студент указывает не менее 3-х пунктов.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Финансовая устойчивость посредника - Репутация на рынке - Охват целевого рынка - Уровень сервиса и логистические возможности - Готовность к сотрудничеству на предлагаемых условиях - Наличие необходимой инфраструктуры - Опыт работы с аналогичными товарами <p>Соответствие ценовой политике производителя</p>
Как микросреда компании влияет на ее маркетинговую деятельность?	<p>Влияние микросреды:</p> <p>Поставщики - влияют на себестоимость и качество продукции</p> <p>Конкуренты - определяют стратегию позиционирования</p> <p>Посредники - влияют на доступность товара для потребителей</p> <p>Потребители - определяют требования к продукту</p> <p>Контактные аудитории (СМИ, общественные организации) - влияют на репутацию</p> <p>Собственные подразделения компании - определяют возможности реализации маркетинговой стратегии</p>

2.5.2. Оценочные материалы для проведения текущего контроля в форме тестирования:

Задания закрытого типа на установление соответствия:

1. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между методами маркетинговых исследований и их характеристиками:

ПК 2.1

1	Фокус-группа	А	Метод сбора информации путем регистрации поведения объектов без вмешательства
2	Наблюдение	Б	Структурированный опрос большого количества респондентов
3	Эксперимент	В	Групповое обсуждение проблемы с модератором
4	Анкетирование	Г	Контролируемое изменение переменных для измерения эффекта

5	Глубинное интервью	Д	Личная беседа по заранее подготовленному сценарию
---	--------------------	---	---

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

2. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между инструментами продвижения и их целями:

ПК 2.2

1	Реклама	А	Краткосрочное увеличение продаж
2	Стимулирование сбыта	Б	Формирование имиджа компании
3	PR	В	Персонализированное взаимодействие
4	Личные продажи	Г	Массовое информирование
5	Директ-маркетинг	Д	Адресное воздействие на целевую группу

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

3. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:

ПК 2.3

1	Затратный метод	А	Установление высоких цен на новый товар для быстрого получения прибыли
2	Метод "ценность продукта"	Б	Ориентация на цены конкурентов
3	Конкурентное ценообразование	В	Расчет цены на основе издержек плюс наценка
4	Метод "снятия сливок"	Г	Установление низких цен для захвата доли рынка
5	Метод проникновения на рынок	Д	Определение цены на основе воспринимаемой потребителем ценности

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

4. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между критериями сегментирования и примерами:

ПК 2.4

1	Географическое	А	Частота покупок товара
2	Демографическое	Б	Город/село проживания

3	Психографическое	В	Образ жизни и ценности
4	Поведенческое	Г	Возраст и доход
5	По выгодам	Д	Причины выбора товара

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

5. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:

ПК 2.5

1	Резюме проекта	А	Анализ целевой аудитории, конкурентов и рыночных тенденций
2	Маркетинговый план	Б	Прогноз доходов, расходов и прибыли на 3-5 лет
3	Финансовый план	В	Краткое изложение сути проекта, его целей и ожидаемых результатов
4	Производственный план	Г	Описание технологического процесса, оборудования и логистики
5	Анализ рисков	Д	Оценка возможных угроз и способы их минимизации

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

6. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между элементами товарной политики и их характеристиками:

ПК 2.6

1	Ассортиментная политика	А	Определение оптимального количества товарных единиц в продуктовой линейке
2	Жизненный цикл товара	Б	Процесс вывода на рынок, роста, зрелости и упадка товара
3	Брендинг	В	Создание уникального образа и ценности товара в восприятии потребителей
4	Упаковка	Г	Средство защиты товара и инструмент коммуникации с покупателем
5	Сервисная политика	Д	Организация послепродажного обслуживания и гарантийного ремонта

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

7. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:

ПК 2.7

1	Функциональная структура	А	Организация по группам потребителей или сегментам рынка
2	Продуктовая структура	Б	Разделение по географическим зонам
3	Региональная структура	В	Специализация по видам маркетинговой деятельности
4	Матричная структура	Г	Совмещение функционального и продуктового подчинения
5	Рыночная структура	Д	Ответственность за конкретные товары или товарные группы

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

8. Прочитайте текст и установите соответствие:

К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.

Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:

ПК 2.8

1	Финансовый риск	А	Диверсификация поставщиков
2	Операционный риск	Б	Страхование активов и использование хеджирования
3	Рыночный риск	В	Анализ конкурентов и гибкое ценообразование
4	Репутационный риск	Г	Контроль качества и обучение персонала
5	Риск поставок	Д	PR-стратегии и работа с отзывами

Впишите под цифрами выбранные буквы:

1	2	3	4	5

Задания закрытого типа на установление последовательности

9. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.1

Процесс маркетингового исследования представляет собой последовательность взаимосвязанных этапов, направленных на сбор, анализ и интерпретацию данных о рынке. Каждый этап имеет важное значение для получения достоверных результатов.

Установите последовательность (иерархию) уровней диспозиций:

- 1) Определение проблемы и целей исследования
- 2) Разработка плана исследования
- 3) Сбор данных

- 4) Анализ информации
- 5) Представление результатов

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

10. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.2

Разработка эффективной рекламной кампании требует четкой последовательности действий. Правильный порядок этапов позволяет оптимизировать бюджет и достичь максимального воздействия на целевую аудиторию.

Установите последовательность этапов разработки рекламной кампании:

1. Определение целей кампании
2. Сегментация целевой аудитории
3. Разработка креативной концепции
4. Выбор медиаканалов
5. Оценка эффективности

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

11. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.3

Процесс установления цены на товар включает несколько ключевых этапов. Их последовательное выполнение обеспечивает обоснованность ценовых решений и их соответствие рыночным условиям.

Установите последовательность этапов ценообразования:

1. Анализ затрат на производство
2. Изучение цен конкурентов
3. Определение ценовой стратегии
4. Расчет конечной цены
5. Корректировка цены на основе обратной связи.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

12. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.4

Оценка конкурентоспособности товара требует системного подхода. Последовательность анализа позволяет выявить сильные и слабые стороны продукта относительно конкурентов.

Установите последовательность этапов оценки конкурентоспособности:

1. Определение ключевых параметров сравнения
2. Сбор данных о конкурентах
3. Анализ преимуществ и недостатков товара
4. Разработка рекомендаций по улучшению
5. Мониторинг изменений на рынке

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

13. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.5

Создание бизнес-плана — сложный процесс, требующий поэтапного выполнения задач. Правильная последовательность действий обеспечивает логичность и реалистичность плана.

Установите последовательность этапов разработки бизнес-плана:

1. Анализ рынка и конкурентов
2. Определение миссии и целей компании
3. Разработка маркетинговой стратегии
4. Составление финансового плана
5. Оценка рисков.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

14. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.6

Управление товарным ассортиментом включает ряд последовательных действий, направленных на оптимизацию продуктового портфеля компании.

Установите последовательность этапов управления ассортиментом:

1. Анализ текущего ассортимента
2. Определение критериев оценки товаров
3. Принятие решений о расширении или сокращении ассортимента
4. Внедрение изменений
5. Контроль результатов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

15. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.7

Повышение эффективности маркетинговой деятельности требует поэтапного подхода к анализу и оптимизации процессов.

Установите последовательность этапов повышения эффективности:

1. Диагностика текущего состояния
2. Выявление проблемных зон
3. Разработка корректирующих мероприятий
4. Реализация изменений
5. Оценка результатов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

16. Прочитайте, ниже приведенный, текст: ПК 2.8

Сбор и анализ информации о бизнес-проблемах — важный этап стратегического планирования, позволяющий минимизировать риски.

Установите последовательность этапов анализа бизнес-проблем:

1. Формулирование проблемы
2. Сбор данных
3. Анализ информации
4. Разработка решений
5. Мониторинг реализации.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора:

Инструкция: Внимательно прочитайте текст задания; прочитайте все предложенные варианты ответа; выберите из четырех предложенных

вариантов ответа один наиболее верный; запишите только цифру (или букву) выбранного варианта ответа; запишите аргументы сделанного выбора:

17. Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. ПК 2.1

При выборе метода маркетингового исследования для нового продукта важно учитывать:

№	Варианты ответа
1	Только стоимость проведения исследования
2	Соответствие метода целям исследования и характеристикам целевой аудитории
3	Исключительно скорость получения результатов
4	Личные предпочтения маркетолога

Ответ:

Обоснование:

18. Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. ПК 2.2

Для повышения эффективности рекламы в соцсетях необходимо:

№	Варианты ответа
1	Увеличить частоту публикаций до 10 раз в день
2	Использовать таргетинг на основе данных о поведении ЦА
3	Копировать контент конкурентов
4	Ограничиться только текстовыми постами

Ответ:

Обоснование:

19. Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. ПК 2.3

При внедрении системы динамического ценообразования ключевым фактором является:

№	Варианты ответа
1	Произвольное изменение цен несколько раз в день
2	Автоматическая корректировка цен на основе спроса и предложения
3	Фиксация цен на уровне конкурентов без учета издержек
4	Ручной пересчет цен раз в квартал

Ответ:

Обоснование:

20. Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. ПК 2.4

Для успешного позиционирования нового товара необходимо:

№	Варианты ответа
1	Скопировать позиционирование рыночного лидера
2	Выделить уникальное преимущество, значимое для ЦА
3	Использовать общие фразы ("качественный", "надежный")
4	Игнорировать мнение потребителей

Ответ:

Обоснование:

21. Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор:

Документ, содержащий системное описание всех аспектов будущего коммерческого предприятия с анализом рисков и расчетами - это: ПК 2.5

1	Маркетинговая стратегия	2	Бизнес-план
3	Финансовый отчет	4	Техническое задание

Ответ:

Обоснование:

22. Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор: ПК 2.6

Инструмент анализа товарного ассортимента, классифицирующий продукты по темпам роста рынка и относительной доле рынка - это:

1	Матрица Ансоффа	2	PEST-анализ
3	Матрица BCG	4	SWOT-анализ

Ответ:

Обоснование:

23. Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор: ПК 2.7

Система показателей, позволяющая оценить результативность маркетинговой деятельности - это:

1	Бюджетирование	2	KPI (ключевые показатели эффективности)
3	CRM-система	4	Медиапланирование

Ответ:

Обоснование:

24. Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор: ПК 2.8

Совокупность организаций и лиц, обеспечивающих движение товара от производителя к конечному потребителю - это:

1	Логистическая система	2	Канал распределения
3	Торговая сеть	4	Дистрибьюторская сеть

Ответ:

Обоснование:

Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и обоснованием выбора:

25. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

В практике маркетинговых исследований используются следующие методы сбора первичных данных:

1	Наблюдение	2	Эксперимент
3	Анализ финансовой отчетности	4	Фокус-группы
5	Работа с базами данных Госстата	6	Онлайн-опросы

Ответ:

Обоснование:

26. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

В комплекс маркетинговых коммуникаций входят:

1	Реклама	2	Логистика
3	Стимулирование сбыта	4	Ценообразование
5	PR (связи с общественностью)	6	Личные продажи

Ответ:

Обоснование:

27. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Факторы, влияющие на ценовую политику предприятия:

1	Себестоимость продукции	2	Цены конкурентов
3	Цвет упаковки	4	Эластичность спроса
5	Квалификация бухгалтера	6	Жизненный цикл товара

Ответ:

Обоснование:

28. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Критерии сегментирования потребительского рынка:

1	Географическое положение	2	Объем уставного капитала
3	Психологические характеристики	4	Годовой оборот компании
5	Демографические признаки	6	Поведенческие факторы

Ответ:

Обоснование:

29. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Обязательные разделы бизнес-плана:

1	Маркетинговая стратегия	2	Штатное расписание
3	Финансовый план	4	Дизайн логотипа
5	Анализ рисков	6	График отпусков сотрудников

Ответ:

Обоснование:

30. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Показатели для анализа товарного ассортимента:

1	Рентабельность товарной группы	2	Средний чек
3	Оборачиваемость запасов	4	Количество подписчиков в соцсетях

5	Доля на рынке	6	Цветовая гамма упаковки
---	---------------	---	-------------------------

Ответ:

Обоснование:

31. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Методы контроля маркетинговой деятельности:

1	Анализ продаж	2	Маркетинговый аудит
3	Расчет ROI	4	Проведение фокус-групп
5	Дизайн визиток	6	Анализ доли рынка

Ответ:

Обоснование:

32. Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:

Критерии выбора каналов распределения:

1	Целевые предпочтения потребителей	2	Размер торговой наценки
3	Цвет униформы персонала	4	Логистические возможности
5	Репутация посредника	6	Любимая компания директора

Ответ:

Обоснование:

Ключ к оцениванию тестовых заданий комплекта оценочных материалов:

№ задания	Правильный ответ	Критерии оценки
1	1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
2	1-Г, 2-А, 3-Б, 4-В, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
3	1-В, 2-Д, 3-Б, 4-А, 5-Г	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
4	1-Б, 2-Г, 3-В, 4-А, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
5	1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
6	1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
7	1-В, 2-Д, 3-Б, 4-Г, 5-А	1б -полное, правильное соответствие

		0б – остальные случаи
8	1-Б, 2-Г, 3-В, 4-Д, 5-А	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
9	1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
10	1-В, 2-Б, 3-А, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
11	1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г, 5-Е	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
12	1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
13	1-Б, 2-А, 3-В, 4-Д, 5-Г	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
14	1-Б, 2-В, 3-Г, 4-Д, 5-А	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
15	1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г, 5-Д	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
16	1-А, 2-Б, 3-В, 4-Д, 5-Е	1б -полное, правильное соответствие 0б – остальные случаи
17	2 Обоснование: Выбор метода исследования должен основываться на его адекватности поставленным целям и способности получить релевантные данные от целевой аудитории. Другие факторы (стоимость, скорость) вторичны.	Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.
18	2 Обоснование: Таргетинг позволяет точно доставлять рекламу нужной аудитории, что повышает конверсию. Остальные варианты либо неэффективны, либо могут навредить репутации.	Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.
19	2 Обоснование: Динамическое ценообразование требует анализа рыночных данных в реальном времени для оптимального баланса между прибылью и конкурентоспособностью.	Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.

20	<p>2 Обоснование: Успешное позиционирование строится на уникальном преимуществе, значимом для целевой аудитории (ЦА). Копирование лидера (1) не создает дифференциации, общие фразы (3) не убедительны, а игнорирование мнения потребителей (4) ведет к несоответствию их потребностям.</p>	<p>Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.</p>
21	<p>2 Обоснование: Бизнес-план — это комплексный документ, описывающий все аспекты проекта, включая риски и финансовые расчеты. Маркетинговая стратегия (1) — часть бизнес-плана, финансовый отчет (3) отражает прошлые данные, а ТЗ (4) — технические требования.</p>	<p>Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.</p>
22	<p>3 Обоснование: Матрица BCG (Бостонской консалтинговой группы) классифицирует продукты по двум критериям: темп роста рынка (ось Y) и относительная доля рынка (ось X). Матрица Ансоффа (1) анализирует стратегии роста, PEST (2) — внешнюю среду, SWOT (4) — внутренние и внешние факторы.</p>	<p>Оценивается верно/неверно 1б – задание выполнено верно. Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа. 0б – остальные случаи.</p>
23	<p>2 Обоснование: KPI (Key Performance Indicators) — это метрики для оценки эффективности маркетинговой деятельности (например, конверсия, ROI). Бюджетирование (1) — планирование расходов, CRM (3) — управление клиентами, медиапланирование (4) — распределение рекламного бюджета.</p>	
24	<p>2 Обоснование: Канал распределения — это цепочка посредников (дистрибьюторы, ритейлеры), обеспечивающих движение товара к потребителю. Логистическая система (1) — часть канала (транспортировка, складирование), торговая сеть (3) — конечные точки продаж,</p>	

	дистрибьюторская сеть (4) — лишь один элемент канала.	
25	<p>Ответ: 1, 2, 4, 6</p> <p>Обоснование: Наблюдение, эксперимент, фокус-группы и онлайн-опросы являются методами сбора первичной информации. Анализ отчетности и работа с Госстатом относятся к вторичным данным.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
26	<p>Ответ: 1, 3, 5, 6</p> <p>Обоснование: Реклама, стимулирование сбыта, PR и личные продажи являются элементами продвижения. Логистика и ценообразование относятся к другим элементам маркетинг-микса.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
27	<p>Ответ: 1, 2, 4, 6</p> <p>Обоснование: Себестоимость, конкуренция, эластичность спроса и стадия ЖЦТ объективно влияют на ценообразование. Цвет упаковки и квалификация бухгалтера не являются определяющими факторами.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
28	<p>Ответ: 1, 3, 5, 6</p> <p>Обоснование: География, психография, демография и поведение - классические критерии сегментирования. Оборот и уставной капитал относятся к B2B-сегментированию.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
29	<p>Ответ: 1, 3, 5</p> <p>Обоснование: Маркетинговая стратегия, финансовый план и анализ рисков - ключевые разделы. Штатное расписание, дизайн логотипа и график отпусков не являются обязательными.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
30	<p>Ответ: 1, 3, 5</p> <p>Обоснование: Рентабельность, оборачиваемость и доля рынка - ключевые показатели. Средний чек, соцсети и цвет упаковки не отражают эффективность ассортимента.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>

31	<p>Ответ: 1, 2, 3, 6</p> <p>Обоснование: Анализ продаж, аудит, ROI и доля рынка - методы контроля. Фокус-группы - метод исследования, дизайн визиток не относится к контролю.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>
32	<p>Ответ: 1, 2, 4, 5</p> <p>Обоснование: Предпочтения потребителей, наценка, логистика и репутация - объективные критерии. Цвета униформы и предпочтения директора не влияют на выбор каналов.</p>	<p>Оценивается верно/неверно</p> <p>1б – задание выполнено верно.</p> <p>Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены аргументы ответа.</p> <p>0б – остальные случаи.</p>

2.5.3. Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Компания "Свежий Вкус" (производитель органических продуктов) планирует вывести на рынок новую линейку детского питания. Однако перед запуском необходимо провести маркетинговое исследование, чтобы понять предпочтения родителей, уровень конкуренции и оптимальные каналы продвижения.

а) Какие основные проблемы могут возникнуть при сборе данных?

б) Какие методы исследования (качественные/количественные) будут наиболее эффективны?

в) Какие источники информации (первичные/вторичные) следует использовать?

г) Предложите план проведения исследования с учетом особенностей целевой аудитории (родители детей до 3 лет).

2. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Сеть фитнес-клубов "ActiveLife" хочет привлечь новую аудиторию — подростков 14-18 лет. Традиционные методы рекламы (баннеры, радио) не работают.

Задание:

а) Какие каналы продвижения будут наиболее эффективны?

б) Какой контент (форматы, темы) заинтересует подростков?

в) Какие партнерства (коллаборации) можно использовать?

г) Разработайте креативную концепцию кампании.

3. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Кафе "Кофейня у дома" заметило падение продаж из-за роста цен на кофе. Необходимо пересмотреть ценовую политику, чтобы сохранить клиентов.

Задание:

- а) Какие факторы влияют на ценообразование в данном случае?
- б) Какие стратегии ценообразования (премиум, демпинг и т. д.) можно применить?
- в) Как сообщить клиентам об изменении цен, чтобы минимизировать негатив?
- г) Предложите оптимальную ценовую стратегию.

4. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Бренд детской одежды "LittleStar" теряет клиентов из-за новых конкурентов. Необходимо провести анализ конкурентоспособности.

Задание:

- а) По каким критериям сравнивать бренды?
- б) Как провести опрос потребителей?
- в) Какие инструменты анализа (матрицы, SWOT) использовать?
- г) Разработайте план улучшения конкурентоспособности.

5. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Стартап "EduKids" (онлайн-курсы для детей) ищет инвесторов. Нужен убедительный бизнес-план.

Задание:

- а) Какие разделы должны быть в бизнес-плане?
- б) Какие финансовые показатели включить?
- в) Как презентовать проект инвесторам?
- г) Составьте структуру бизнес-плана.

6. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее

оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Магазин игрушек "ToyLand" хочет оптимизировать ассортимент. Нужно проанализировать продажи.

Задание:

- а) Какие метрики использовать?
- б) Как применить ABC-анализ?
- в) Какие решения принять по неликвидным товарам?
- г) Предложите план оптимизации.

7. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Рекламное агентство "CreativeMind" теряет клиентов из-за долгого согласования проектов.

Задание:

- а) В чем основные проблемы процесса?
- б) Какие инструменты автоматизации внедрить?
- в) Как мотивировать сотрудников?
- г) Разработайте план улучшения.

8. Кейс:

Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:

Производитель натуральной косметики "EcoBeauty" не может выйти в крупные розничные сети.

Задание:

- а) Какие барьеры мешают выходу?
- б) Как наладить контакт с ритейлерами?
- в) Какие альтернативные каналы сбыта использовать?
- г) Предложите стратегию дистрибуции.

Лист экспертной оценки

№	Критерий оценки	Оценка		
		0-1	2	3
1	Правильность и полнота выполнения задания	Ситуационная задача выполнена с существенными	Ситуационная задача выполнена с	Ситуационная задача выполнена

		ошибками не в полном объеме, Не соответствует эталону	незначительными ошибками в полном или неполном объеме Частично соответствует эталону	без ошибок, в полном объеме. Соответствует эталону
2	Использование теоретических знаний из курса «Психология социальной работы», нормативных документов, регламентирующих область социальной работы, владение профессиональными , правовыми терминами	Теоретические, правовые знания использованы фрагментарно. Профессионально й терминологией не владеет	Необходимые теоретические, правовые знания, профессиональные понятия при решении ситуационной задачи/кейса использованы с небольшими погрешностями и незначительными ошибками	Необходимые теоретические, правовые знания, при решении ситуационной задачи/кейса использованы к месту, в необходимом объеме. Студент профессиональной терминологией в объеме, необходимом для решения кейса/ситуационной задачи.
3	Поиск информации, необходимой для решения ситуационной задачи / кейса	Для решения СЗ не найдена необходимая информация или ее недостаточно для ответа	Для решения СЗ информация подобрана из официальных источников, имеются затруднения в ее использовании при решении СЗ/кейса	Для решения СЗ/кейса информация подобрана из разных источников, использована на основе анализа и системного подхода
4	Умение оформлять и публично презентовать решение ситуационной задачи/кейса в том числе с использованием ИКТ технологий, цифровые ресурсы	В оформлении и презентации решений ситуационной задачи/ кейса допускает серьезные ошибки. Не умеет использовать ИКТ технологии для подготовки и презентации отчета по работе	Умеет оформлять и презентовать решение ситуационной задачи/ кейса без существенных ошибок (допускает незначительные ошибки). Использует при оформлении решения и презентации результатов работы над ситуационной	Умеет оформлять и презентовать решение ситуационной задачи/ кейса без ошибок. Использует при оформлении решения и презентации результатов работы над ситуационной задачей/кейсом ИКТ технологии и цифровые ресурсы

			задачей/кейсом ИКТ технологии и цифровые ресурсы	
5	Обоснование ответа	Ответ не обоснован	Обоснование СЗ/кейса не всегда логично	Решение СЗ/кейса обосновано, логично.
	Обоснование экспертной оценки:			

Эталонные ответы:

№	Эталон решения ситуационной задачи	Указания по оцениванию и результат оценивания
1	<p>а) Основные проблемы: низкая вовлеченность респондентов, субъективность ответов, сложность сбора данных о конкурентах.</p> <p>б) Методы: онлайн-опросы (количественные), фокус-группы с родителями (качественные).</p> <p>в) Источники: данные Росстата (вторичные), опросы в соцсетях и поликлиниках (первичные).</p> <p>г) План:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение целей исследования. • Разработка анкет для онлайн-опроса. • Организация фокус-групп в детских центрах. • Анализ данных и подготовка отчета. 	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
2	<p>а) Каналы: TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts.</p> <p>б) Контент: челленджи, тренировки с блогерами, мотивационные ролики.</p> <p>в) Партнерства: коллабы с популярными тиктокерами, школами, спортивными магазинами.</p> <p>г) Концепция: "Твой первый шаг к чемпионству" — серия коротких видео с участием молодых спортсменов.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
3	<p>а) Факторы: себестоимость, цены конкурентов, эластичность спроса.</p> <p>б) Стратегии: bundle pricing (комбо-наборы), динамическое ценообразование.</p> <p>в) Сообщение: "Цены немного выросли, но мы добавили бонусы (бесплатная выпечка к кофе)".</p> <p>г) Оптимальная стратегия: умеренное повышение цен + программа лояльности.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
4	<p>а) Критерии: цена, качество, дизайн, сервис.</p> <p>б) Опрос: онлайн-анкеты для родителей в соцсетях.</p> <p>в) Инструменты: матрица конкурентного анализа, SWOT.</p> <p>г) План:</p> <p>Улучшение качества ткани.</p> <p>Введение линии "эко-одежда".</p> <p>Партнерство с блогерами-мамами.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
5	<p>Ответ:</p> <p>а) Разделы: резюме, маркетинговый план, финансовый прогноз.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным</p>

	<p>б) Показатели: ROI, точка безубыточности, САС.</p> <p>в) Презентация: акцент на растущем рынке EdTech и уникальности методик.</p> <p>г) Структура: Описание продукта. Анализ рынка. Маркетинговая стратегия. Финансовый план.</p>	<p>ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
6	<p>Ответ:</p> <p>а) Метрики: оборачиваемость, маржинальность, ROI.</p> <p>б) ABC-анализ: разделить товары на группы (А — 80% прибыли, С — 5%).</p> <p>в) Решения: скидки, бонусы, возврат поставщикам.</p> <p>г) План: Увеличить закупки топ-товаров (группа А). Провести акции для группы С.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
7	<p>Ответ:</p> <p>а) Проблемы: бюрократия, отсутствие CRM.</p> <p>б) Инструменты: CRM-система.</p> <p>в) Мотивация: KPI + бонусы за скорость.</p> <p>г) План: Внедрить CRM. Оптимизировать рабочий процесс</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>
8	<p>Ответ:</p> <p>а) Барьеры: высокие вендорные платежи, конкуренция.</p> <p>б) Контакт: участие в B2B-выставках.</p> <p>в) Альтернативы: маркетплейсы, собственный интернет-магазин.</p> <p>г) Стратегия: старт с онлайн-продаж → переговоры с локальными сетями.</p>	<p>Задание считается верно выполненным, если оно совпадает с эталонным ответом (решением ситуационной задачи).</p> <p>Указывается «верно»/«неверно»</p>

1.5.4. Задания для практической работы и экспертного наблюдения за выполнением практической работы

Задание 1 (ПК 2.1-2.4)

Тема: Проведение маркетингового исследования методом фокус-группы.

Цель: Формирование практических навыков сбора и анализа качественных данных о потребительских предпочтениях.

Задачи:

- 1) Изучить методику организации фокус-группы.
- 2) Разработать гайд для обсуждения нового продукта (например, экологичной упаковки для товаров).
- 3) Провести модерацию условной фокус-группы (8-10 человек).
- 4) Проанализировать результаты и выделить ключевые выводы.
- 5) Подготовить рекомендации по позиционированию продукта.

Задание:

- 1) Составьте план фокус-группы (цель, критерии отбора участников, список вопросов).
- 2) Проведите условную сессию, зафиксировав "ответы" участников (можно использовать заранее подготовленные данные).

- 3) Напишите аналитическую записку с: выводами о восприятии продукта, предложениями по доработке упаковки, рекомендациями по коммуникации с ЦА.

Форма отчетности:

Протокол исследования (таблица с ответами).

Презентация (3-4 слайда) с визуализацией результатов.

Задание 2 (ПК 2.5-2.8)

Тема: Разработка стратегии вывода нового продукта на рынок.

Цель: Формирование навыков стратегического планирования и оценки рисков.

Компания планирует запустить линейку здоровых снеков для детей.

Необходимо:

- 1) Проанализировать рынок (конкуренты, спрос, тренды).
- 2) Разработать комплексную стратегию продвижения.
- 3) Оценить потенциальные риски.

Задание:

1. Анализ рынка:

- a) Проведите SWOT-анализ продукта.
- b) Сегментируйте целевую аудиторию (дети 6-12 лет + их родители).

2. Стратегия:

- a) Предложите каналы продвижения (например, TikTok для детей, Telegram для родителей).
- b) Рассчитайте бюджет на 3 месяца (условные цифры).

3. Оценка рисков:

- a) Выявите 3 ключевых риска (например, отторжение нового вкуса).
- b) Предложите меры по их минимизации (тестовые бесплатные образцы).

№	Характеристика эталонной работы	Указания по оцениванию и результат оценивания
1	работа студента демонстрирует высокий уровень профессиональной подготовки в области маркетинговых исследований и стратегического планирования. В рамках выполнения задания по проведению фокус-группы студент показал глубокое понимание методологии качественных исследований, проявив способность грамотно организовать процесс сбора и анализа данных. Работа отличается продуманной структурой исследования, включая тщательный отбор участников и разработку эффективного гайда интервью. Анализ результатов проведен на высоком уровне с выделением значимых потребительских инсайтов, а предложенные рекомендации носят практико-ориентированный характер и учитывают особенности целевой аудитории.	Практическая работа считается верно выполненной, если она соответствует характеристике эталонной работы ситуационной задачи). Указывается «верно»/ «неверно»

2	<p>При выполнении задания по разработке маркетинговой стратегии студент продемонстрировал системный подход к решению комплексной бизнес-задачи. Проведенный SWOT-анализ отражает глубокое понимание рыночной ситуации, а сегментация аудитории выполнена с учетом психологических особенностей разных возрастных групп. Предложенная стратегия продвижения отличается реалистичностью и обоснованностью выбранных каналов коммуникации. Особого внимания заслуживает проработанный раздел по управлению рисками, где не только выявлены потенциальные угрозы, но и предложены эффективные меры по их минимизации. Все решения в работе логически взаимосвязаны и направлены на достижение конкретных маркетинговых целей, что свидетельствует о сформированности профессиональных компетенций в области стратегического маркетинга. Оформление работы соответствует высоким стандартам, материалы представлены в четкой и доступной форме.</p>	<p>Практическая работа считается верно выполненной, если она соответствует характеристике эталонной работы ситуационной задачи). Указывается «верно»/«неверно»</p>
---	--	--

3. Промежуточная аттестация

3.1 Общая характеристика промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации при освоении учебной дисциплины «Маркетинг» - дифференцированный зачет.

Дифференцированный зачет проводится в форме тестирования.

Итоговый тест для проведения промежуточной аттестации – дифференцированного зачета состоит из 35 вопросов.

В тесте представлены тестовые задания следующих типов:

№	Тип задания	Количество заданий	Количество заданий на одну компетенцию
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	8	1
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	8	1
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	8	1
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	8	1
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	8	1
	ИТОГО:	40	5

Количество заданий в комплекте оценочных материалов

Код компетенции	Содержание компетенции	Количество заданий
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	5
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	5
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	5
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	5
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	5
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	5
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	5
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	5
ИТОГО		40

Доля заданий разного уровня сложности в тесте для проведения промежуточной аттестации – дифференцированный зачет:

Уровень сложности задания	Количество заданий	Доля заданий уровня сложности в тесте %
базовый	18	50
высокий	12	35
повышенный	5	15
ИТОГО	35	100

Шкала оценки результатов промежуточной аттестации

Процент результативности	Уровень сформированности компетенций	Оцениваемые компетенции	Оценка	
			Балл (отметка)	Вербальный аналог
90%-100%	высокий	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8.	5	отлично
70%-89%	повышенный		4	хорошо
50%-69%	базовый		3	удовлетворительно
0%-49%	низкий		2	неудовлетворительно

3.2. Критерии оценки результатов тестирования

№	Тип задания	Критерии оценки	Результат оценивания
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	Считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции одного столбца верно)	Полное совпадение с верным ответом – 1б Все остальные случаи – 0б

		соотнесены с позициями другого столбца	
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	Считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом – 1б Все остальные случаи – 0б
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Считается верным, если правильно указана цифра (буква) правильного ответа и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом – 1б Все остальные случаи – 0б
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	Считается верным, если правильно указаны цифры (буквы) правильного ответа и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом – 1б Все остальные случаи – 0б
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	Считается верным, если ответ совпадает с эталонным ответом по содержанию и полноте	Полное соответствие эталонному ответу – 1б Все остальные случаи – 0б

3.3 Оценочные материалы, обеспечивающие диагностику сформированности компетенций (или индикаторов компетенций), заявленных в рабочей программе дисциплины (модуля) «Маркетинг» при проведении промежуточной аттестации

Вариант тестовой работы для промежуточной аттестации

№	Тип задания	Задание	Ответы
ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга			
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	Установите соответствие между методами маркетинговых исследований и их характеристиками:	
		1 Фокус-группа А Метод сбора информации путем регистрации поведения объектов без вмешательства	
		2 Наблюдение Б Структурированный опрос большого количества респондентов	

		3	Эксперимент	В	Групповое обсуждение проблемы с модератором												
		4	Анкетирование	Г	Контролируемое изменение переменных для измерения эффекта												
		5	Глубинное интервью	Д	Личная беседа по заранее подготовленному сценарию												
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Прочитайте, ниже приведенный, текст: Процесс маркетингового исследования представляет собой последовательность взаимосвязанных этапов, направленных на сбор, анализ и интерпретацию данных о рынке. Каждый этап имеет важное значение для получения достоверных результатов. Установите последовательность (иерархию) уровней диспозиций:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6) Определение проблемы и целей исследования 7) Разработка плана исследования 8) Сбор данных 9) Анализ информации 10) Представление результатов <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table>															
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. При выборе метода маркетингового исследования для нового продукта важно учитывать:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Варианты ответа</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Только стоимость проведения исследования</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Соответствие метода целям исследования и характеристикам целевой аудитории</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Исключительно скорость получения результатов</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Личные предпочтения маркетолога</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>				№	Варианты ответа	1	Только стоимость проведения исследования	2	Соответствие метода целям исследования и характеристикам целевой аудитории	3	Исключительно скорость получения результатов	4	Личные предпочтения маркетолога		
№	Варианты ответа																
1	Только стоимость проведения исследования																
2	Соответствие метода целям исследования и характеристикам целевой аудитории																
3	Исключительно скорость получения результатов																
4	Личные предпочтения маркетолога																
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:</p> <p>В практике маркетинговых исследований используются следующие методы сбора первичных данных:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>1</td> <td>Наблюдение</td> <td>2</td> <td>Эксперимент</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Анализ финансовой отчетности</td> <td>4</td> <td>Фокус-группы</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Работа с базами данных Госстата</td> <td>6</td> <td>Онлайн-опросы</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>				1	Наблюдение	2	Эксперимент	3	Анализ финансовой отчетности	4	Фокус-группы	5	Работа с базами данных Госстата	6	Онлайн-опросы
1	Наблюдение	2	Эксперимент														
3	Анализ финансовой отчетности	4	Фокус-группы														
5	Работа с базами данных Госстата	6	Онлайн-опросы														
5	Задание открытого типа с	<p>1. Кейс: <i>Инструкция:</i> Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант</p>															

	развернутым ответом	<p>решения ситуации с учетом психологического состояния детей:</p> <p>Компания "Свежий Вкус" (производитель органических продуктов) планирует вывести на рынок новую линейку детского питания. Однако перед запуском необходимо провести маркетинговое исследование, чтобы понять предпочтения родителей, уровень конкуренции и оптимальные каналы продвижения.</p> <p>а) Какие основные проблемы могут возникнуть при сборе данных?</p> <p>б) Какие методы исследования (качественные/количественные) будут наиболее эффективны?</p> <p>в) Какие источники информации (первичные/вторичные) следует использовать?</p> <p>г) Предложите план проведения исследования с учетом особенностей целевой аудитории (родители детей до 3 лет).</p>	
--	---------------------	---	--

ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>Прочитайте текст и установите соответствие:</p> <p>К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.</p> <p>Установите соответствие между инструментами продвижения и их целями:</p> <table border="1" data-bbox="564 1256 1369 1641"> <tr> <td>1</td> <td>Реклама</td> <td>А</td> <td>Краткосрочное увеличение продаж</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Стимулирование сбыта</td> <td>Б</td> <td>Формирование имиджа компании</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>PR</td> <td>В</td> <td>Персонализированное взаимодействие</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Личные продажи</td> <td>Г</td> <td>Массовое информирование</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Директ-маркетинг</td> <td>Д</td> <td>Адресное воздействие на целевую группу</td> </tr> </table> <p>Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1" data-bbox="564 1675 1369 1753"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	Реклама	А	Краткосрочное увеличение продаж	2	Стимулирование сбыта	Б	Формирование имиджа компании	3	PR	В	Персонализированное взаимодействие	4	Личные продажи	Г	Массовое информирование	5	Директ-маркетинг	Д	Адресное воздействие на целевую группу	1	2	3	4	5						
1	Реклама	А	Краткосрочное увеличение продаж																														
2	Стимулирование сбыта	Б	Формирование имиджа компании																														
3	PR	В	Персонализированное взаимодействие																														
4	Личные продажи	Г	Массовое информирование																														
5	Директ-маркетинг	Д	Адресное воздействие на целевую группу																														
1	2	3	4	5																													
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Прочитайте, ниже приведенный, текст:</p> <p>Разработка эффективной рекламной кампании требует четкой последовательности действий. Правильный порядок этапов позволяет оптимизировать бюджет и достичь максимального воздействия на целевую аудиторию.</p> <p>Установите последовательность этапов разработки рекламной кампании:</p>																															

		6. Определение целей кампании 7. Сегментация целевой аудитории 8. Разработка креативной концепции 9. Выбор медиаканалов 10. Оценка эффективности Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;"></td> </tr> </table>													
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. Для повышения эффективности рекламы в соцсетях необходимо: <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Варианты ответа</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Увеличить частоту публикаций до 10 раз в день</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Использовать таргетинг на основе данных о поведении ЦА</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Копировать контент конкурентов</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Ограничиться только текстовыми постами</td> </tr> </tbody> </table> Ответ: Обоснование:	№	Варианты ответа	1	Увеличить частоту публикаций до 10 раз в день	2	Использовать таргетинг на основе данных о поведении ЦА	3	Копировать контент конкурентов	4	Ограничиться только текстовыми постами			
№	Варианты ответа														
1	Увеличить частоту публикаций до 10 раз в день														
2	Использовать таргетинг на основе данных о поведении ЦА														
3	Копировать контент конкурентов														
4	Ограничиться только текстовыми постами														
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор: В комплекс маркетинговых коммуникаций входят: <table border="1" style="width: 100%;"> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Реклама</td> <td>2</td> <td>Логистика</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Стимулирование сбыта</td> <td>4</td> <td>Ценообразование</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>PR (связи с общественностью)</td> <td>6</td> <td>Личные продажи</td> </tr> </tbody> </table> Ответ: Обоснование:	1	Реклама	2	Логистика	3	Стимулирование сбыта	4	Ценообразование	5	PR (связи с общественностью)	6	Личные продажи	
1	Реклама	2	Логистика												
3	Стимулирование сбыта	4	Ценообразование												
5	PR (связи с общественностью)	6	Личные продажи												
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей: Сеть фитнес-клубов "ActiveLife" хочет привлечь новую аудиторию — подростков 14-18 лет. Традиционные методы рекламы (баннеры, радио) не работают. Задание: а) Какие каналы продвижения будут наиболее эффективны? б) Какой контент (форматы, темы) заинтересует подростков? в) Какие партнерства (коллаборации) можно использовать? г) Разработайте креативную концепцию кампании.													
ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий															

1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>Прочитайте текст и установите соответствие: К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа. Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:</p> <table border="1" data-bbox="564 483 1369 1003"> <tr> <td>1</td> <td>Затратный метод</td> <td>А</td> <td>Установление высоких цен на новый товар для быстрого получения прибыли</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Метод "ценность продукта"</td> <td>Б</td> <td>Ориентация на цены конкурентов</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Конкурентное ценообразование</td> <td>В</td> <td>Расчет цены на основе издержек плюс наценка</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Метод "снятия сливок"</td> <td>Г</td> <td>Установление низких цен для захвата доли рынка</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Метод проникновения на рынок</td> <td>Д</td> <td>Определение цены на основе воспринимаемой потребителем ценности</td> </tr> </table> <p>Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1" data-bbox="564 1043 1369 1115"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	Затратный метод	А	Установление высоких цен на новый товар для быстрого получения прибыли	2	Метод "ценность продукта"	Б	Ориентация на цены конкурентов	3	Конкурентное ценообразование	В	Расчет цены на основе издержек плюс наценка	4	Метод "снятия сливок"	Г	Установление низких цен для захвата доли рынка	5	Метод проникновения на рынок	Д	Определение цены на основе воспринимаемой потребителем ценности	1	2	3	4	5						
1	Затратный метод	А	Установление высоких цен на новый товар для быстрого получения прибыли																														
2	Метод "ценность продукта"	Б	Ориентация на цены конкурентов																														
3	Конкурентное ценообразование	В	Расчет цены на основе издержек плюс наценка																														
4	Метод "снятия сливок"	Г	Установление низких цен для захвата доли рынка																														
5	Метод проникновения на рынок	Д	Определение цены на основе воспринимаемой потребителем ценности																														
1	2	3	4	5																													
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Установите последовательность этапов расчета цены методом "затраты+"</p> <table border="1" data-bbox="564 1232 1369 1541"> <tr> <th>№</th> <th></th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Определение переменных издержек на единицу</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Расчет точки безубыточности</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Учет нормы прибыли</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Анализ цен конкурентов</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Расчет полной себестоимости</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Установление окончательной цены</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Включение постоянных издержек</td> </tr> </table> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table border="1" data-bbox="564 1648 1369 1688"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	№		1	Определение переменных издержек на единицу	2	Расчет точки безубыточности	3	Учет нормы прибыли	4	Анализ цен конкурентов	5	Расчет полной себестоимости	6	Установление окончательной цены	7	Включение постоянных издержек															
№																																	
1	Определение переменных издержек на единицу																																
2	Расчет точки безубыточности																																
3	Учет нормы прибыли																																
4	Анализ цен конкурентов																																
5	Расчет полной себестоимости																																
6	Установление окончательной цены																																
7	Включение постоянных издержек																																
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и	<p>Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. При внедрении системы динамического ценообразования ключевым фактором является:</p> <table border="1" data-bbox="564 1836 1369 2060"> <tr> <th>№</th> <th>Варианты ответа</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Произвольное изменение цен несколько раз в день</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Автоматическая корректировка цен на основе спроса и предложения</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Фиксация цен на уровне конкурентов без учета издержек</td> </tr> </table>	№	Варианты ответа	1	Произвольное изменение цен несколько раз в день	2	Автоматическая корректировка цен на основе спроса и предложения	3	Фиксация цен на уровне конкурентов без учета издержек																							
№	Варианты ответа																																
1	Произвольное изменение цен несколько раз в день																																
2	Автоматическая корректировка цен на основе спроса и предложения																																
3	Фиксация цен на уровне конкурентов без учета издержек																																

	обоснованием выбора	4 Ручной пересчет цен раз в квартал Ответ: Обоснование:													
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор: Факторы, влияющие на ценовую политику предприятия: <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Себестоимость продукции</td> <td>2</td> <td>Цены конкурентов</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Цвет упаковки</td> <td>4</td> <td>Эластичность спроса</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Квалификация бухгалтера</td> <td>6</td> <td>Жизненный цикл товара</td> </tr> </table> Ответ: Обоснование:	1	Себестоимость продукции	2	Цены конкурентов	3	Цвет упаковки	4	Эластичность спроса	5	Квалификация бухгалтера	6	Жизненный цикл товара	
1	Себестоимость продукции	2	Цены конкурентов												
3	Цвет упаковки	4	Эластичность спроса												
5	Квалификация бухгалтера	6	Жизненный цикл товара												
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей: Кафе "Кофейня у дома" заметило падение продаж из-за роста цен на кофе. Необходимо пересмотреть ценовую политику, чтобы сохранить клиентов. Задание: а) Какие факторы влияют на ценообразование в данном случае? б) Какие стратегии ценообразования (премиум, демпинг и т. д.) можно применить? в) Как сообщить клиентам об изменении цен, чтобы минимизировать негатив? г) Предложите оптимальную ценовую стратегию.													
ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках															
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте ниже приведенный текст: Успешное позиционирование товара требует четкого понимания потребностей целевой аудитории. Ошибки в определении сегментов могут привести к неэффективному использованию маркетинговых ресурсов и снижению продаж. Установите соответствие между возможными ошибками интервью и вариантами их профилактики: К каждой позиции в левом столбце (1,2,3,4...) подберите соответствующую позицию из правого столбца <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Нечеткое определение ЦА</td> <td>А</td> <td>Проведение глубинного анализа конкурентов</td> </tr> </table>	1	Нечеткое определение ЦА	А	Проведение глубинного анализа конкурентов									
1	Нечеткое определение ЦА	А	Проведение глубинного анализа конкурентов												

		<table border="1"> <tr> <td>2</td> <td>Игнорирование ключевых конкурентов</td> <td>Б</td> <td>Реалистичная оценка характеристик продукта</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Преувеличение преимуществ продукта</td> <td>В</td> <td>Четкая сегментация рынка</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Несоответствие цены и позиционирования</td> <td>Г</td> <td>Синхронизация ценовой и маркетинговой стратегии</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Отсутствие дифференциации</td> <td>Д</td> <td>Выделение уникальных свойств продукта</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td></td> <td>Е</td> <td>Создание гибкой системы скидок</td> </tr> </table> <p>Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	2	Игнорирование ключевых конкурентов	Б	Реалистичная оценка характеристик продукта	3	Преувеличение преимуществ продукта	В	Четкая сегментация рынка	4	Несоответствие цены и позиционирования	Г	Синхронизация ценовой и маркетинговой стратегии	5	Отсутствие дифференциации	Д	Выделение уникальных свойств продукта	6		Е	Создание гибкой системы скидок	1	2	3	4	5						
2	Игнорирование ключевых конкурентов	Б	Реалистичная оценка характеристик продукта																														
3	Преувеличение преимуществ продукта	В	Четкая сегментация рынка																														
4	Несоответствие цены и позиционирования	Г	Синхронизация ценовой и маркетинговой стратегии																														
5	Отсутствие дифференциации	Д	Выделение уникальных свойств продукта																														
6		Е	Создание гибкой системы скидок																														
1	2	3	4	5																													
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Установите последовательность этапов построения карты позиционирования:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Выбор ключевых параметров сравнения</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Проведение опроса потребителей</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Нанесение товаров на матрицу</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Определение целевых сегментов</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Анализ рыночных ниш</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Интерпретация результатов</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Сбор данных о конкурентах</td> </tr> </tbody> </table> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	№		1	Выбор ключевых параметров сравнения	2	Проведение опроса потребителей	3	Нанесение товаров на матрицу	4	Определение целевых сегментов	5	Анализ рыночных ниш	6	Интерпретация результатов	7	Сбор данных о конкурентах															
№																																	
1	Выбор ключевых параметров сравнения																																
2	Проведение опроса потребителей																																
3	Нанесение товаров на матрицу																																
4	Определение целевых сегментов																																
5	Анализ рыночных ниш																																
6	Интерпретация результатов																																
7	Сбор данных о конкурентах																																
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Из предложенных вариантов ответа на вопрос, укажите только цифру, наиболее правильного варианта ответа. Для успешного позиционирования нового товара необходимо:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Варианты ответа</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Скопировать позиционирование рыночного лидера</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Выделить уникальное преимущество, значимое для ЦА</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Использовать общие фразы ("качественный", "надежный")</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Игнорировать мнение потребителей</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	№	Варианты ответа	1	Скопировать позиционирование рыночного лидера	2	Выделить уникальное преимущество, значимое для ЦА	3	Использовать общие фразы ("качественный", "надежный")	4	Игнорировать мнение потребителей																					
№	Варианты ответа																																
1	Скопировать позиционирование рыночного лидера																																
2	Выделить уникальное преимущество, значимое для ЦА																																
3	Использовать общие фразы ("качественный", "надежный")																																
4	Игнорировать мнение потребителей																																
4	Задание комбинированного типа с	<p>Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор: Критерии сегментирования потребительского рынка:</p>																															

	выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	1	Географическое положение	2	Объем уставного капитала
		3	Психографические характеристики	4	Годовой оборот компании
		5	Демографические признаки	6	Поведенческие факторы
		<p>Ответ:</p> <p>Обоснование:</p>			
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Кейс:</p> <p>Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:</p> <p>Бренд детской одежды "LittleStar" теряет клиентов из-за новых конкурентов. Необходимо провести анализ конкурентоспособности.</p> <p>Задание:</p> <p>а) По каким критериям сравнивать бренды?</p> <p>б) Как провести опрос потребителей?</p> <p>в) Какие инструменты анализа (матрицы, SWOT) использовать?</p> <p>г) Разработайте план улучшения конкурентоспособности.</p>			
<p>ПК 2.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p>					
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>Прочитайте ниже приведенный текст:</p> <p>Разработка бизнес-плана требует анализа множества факторов. Недооценка рисков или неточные прогнозы могут привести к неэффективному распределению ресурсов и снижению конкурентоспособности компании. Установите соответствие между возможными ошибками интервью и вариантами их профилактики:</p> <p>К каждой позиции в левом столбце (1,2,3,4...) подберите соответствующую позицию из правого столбца</p>			
		1	Нереалистичные финансовые прогнозы	А	Проведение SWOT-анализа
		2	Отсутствие анализа рисков	Б	Использование консервативных сценариев прогнозирования
		3	Слабое знание рынка	В	Глубокое маркетинговое исследование
		4	Непропорциональное распределение ресурсов	Г	Разработка детального календарного плана
		5	Отсутствие плана реализации	Д	Применение методов приоритизации

		<table border="1"> <tr> <td>6</td> <td></td> <td>Е</td> <td>Выделение уникальных свойств продукта</td> </tr> </table> <p>Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	6		Е	Выделение уникальных свойств продукта	1	2	3	4	5															
6		Е	Выделение уникальных свойств продукта																							
1	2	3	4	5																						
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Установите последовательность разделов бизнес-плана в порядке их разработки:</p> <table border="1"> <tr> <th>№</th> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Финансовый план</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Анализ рынка</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Резюме проекта</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Производственный план</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Маркетинговая стратегия</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Оценка рисков</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Организационная структура</td> </tr> </table> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	№		1	Финансовый план	2	Анализ рынка	3	Резюме проекта	4	Производственный план	5	Маркетинговая стратегия	6	Оценка рисков	7	Организационная структура								
№																										
1	Финансовый план																									
2	Анализ рынка																									
3	Резюме проекта																									
4	Производственный план																									
5	Маркетинговая стратегия																									
6	Оценка рисков																									
7	Организационная структура																									
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор:</p> <p>Документ, содержащий системное описание всех аспектов будущего коммерческого предприятия с анализом рисков и расчетами - это:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Маркетинговая стратегия</td> <td>2</td> <td>Бизнес-план</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Финансовый отчет</td> <td>4</td> <td>Техническое задание</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	1	Маркетинговая стратегия	2	Бизнес-план	3	Финансовый отчет	4	Техническое задание																
1	Маркетинговая стратегия	2	Бизнес-план																							
3	Финансовый отчет	4	Техническое задание																							
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:</p> <p>Обязательные разделы бизнес-плана:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Маркетинговая стратегия</td> <td>2</td> <td>Штатное расписание</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Финансовый план</td> <td>4</td> <td>Дизайн логотипа</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Анализ рисков</td> <td>6</td> <td>График отпусков сотрудников</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	1	Маркетинговая стратегия	2	Штатное расписание	3	Финансовый план	4	Дизайн логотипа	5	Анализ рисков	6	График отпусков сотрудников												
1	Маркетинговая стратегия	2	Штатное расписание																							
3	Финансовый план	4	Дизайн логотипа																							
5	Анализ рисков	6	График отпусков сотрудников																							
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Кейс:</p> <p>Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:</p> <p>Стартап "EduKids" (онлайн-курсы для детей) ищет инвесторов. Нужен убедительный бизнес-план.</p>																								

		<p>Задание:</p> <p>а) Какие разделы должны быть в бизнес-плане?</p> <p>б) Какие финансовые показатели включить?</p> <p>в) Как презентовать проект инвесторам?</p> <p>г) Составьте структуру бизнес-плана.</p>																															
ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов																																	
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>Прочитайте текст и установите соответствие:</p> <p>К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.</p> <p>Установите соответствие между элементами товарной политики и их характеристиками:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Ассортиментная политика</td> <td>А</td> <td>Определение оптимального количества товарных единиц в продуктовой линейке</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Жизненный цикл товара</td> <td>Б</td> <td>Процесс вывода на рынок, роста, зрелости и упадка товара</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Брендинг</td> <td>В</td> <td>Создание уникального образа и ценности товара в восприятии потребителей</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Упаковка</td> <td>Г</td> <td>Средство защиты товара и инструмент коммуникации с покупателем</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Сервисная политика</td> <td>Д</td> <td>Организация послепродажного обслуживания и гарантийного ремонта</td> </tr> </table> <p>Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	Ассортиментная политика	А	Определение оптимального количества товарных единиц в продуктовой линейке	2	Жизненный цикл товара	Б	Процесс вывода на рынок, роста, зрелости и упадка товара	3	Брендинг	В	Создание уникального образа и ценности товара в восприятии потребителей	4	Упаковка	Г	Средство защиты товара и инструмент коммуникации с покупателем	5	Сервисная политика	Д	Организация послепродажного обслуживания и гарантийного ремонта	1	2	3	4	5						
1	Ассортиментная политика	А	Определение оптимального количества товарных единиц в продуктовой линейке																														
2	Жизненный цикл товара	Б	Процесс вывода на рынок, роста, зрелости и упадка товара																														
3	Брендинг	В	Создание уникального образа и ценности товара в восприятии потребителей																														
4	Упаковка	Г	Средство защиты товара и инструмент коммуникации с покупателем																														
5	Сервисная политика	Д	Организация послепродажного обслуживания и гарантийного ремонта																														
1	2	3	4	5																													
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Прочитайте, ниже приведенный, текст:</p> <p>Управление товарным ассортиментом включает ряд последовательных действий, направленных на оптимизацию продуктового портфеля компании.</p> <p>Установите последовательность этапов управления ассортиментом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Анализ текущего ассортимента 2) Определение критериев оценки товаров 3) Принятие решений о расширении или сокращении ассортимента 4) Внедрение изменений 5) Контроль результатов. 																															

		<p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо</p> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table>							
3	<p>Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор:</p> <p>Система показателей, позволяющая оценить результативность маркетинговой деятельности - это:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">1 Бюджетирование</td> <td style="width: 50%;">2 КРІ (ключевые показатели эффективности)</td> </tr> <tr> <td>3 CRM-система</td> <td>4 Медиапланирование</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	1 Бюджетирование	2 КРІ (ключевые показатели эффективности)	3 CRM-система	4 Медиапланирование			
1 Бюджетирование	2 КРІ (ключевые показатели эффективности)								
3 CRM-система	4 Медиапланирование								
4	<p>Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:</p> <p>Показатели для анализа товарного ассортимента:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">1 Рентабельность товарной группы</td> <td style="width: 50%;">2 Средний чек</td> </tr> <tr> <td>3 Оборачиваемость запасов</td> <td>4 Количество подписчиков в соцсетях</td> </tr> <tr> <td>5 Доля на рынке</td> <td>6 Цветовая гамма упаковки</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:..</p>	1 Рентабельность товарной группы	2 Средний чек	3 Оборачиваемость запасов	4 Количество подписчиков в соцсетях	5 Доля на рынке	6 Цветовая гамма упаковки	
1 Рентабельность товарной группы	2 Средний чек								
3 Оборачиваемость запасов	4 Количество подписчиков в соцсетях								
5 Доля на рынке	6 Цветовая гамма упаковки								
5	<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Кейс:</p> <p>Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:</p> <p>Магазин игрушек "ToyLand" хочет оптимизировать ассортимент. Нужно проанализировать продажи.</p> <p>Задание:</p> <p>а) Какие метрики использовать? б) Как применить ABC-анализ? в) Какие решения принять по неликвидным товарам? г) Предложите план оптимизации.</p>							
<p>ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>									
1	<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>Прочитайте текст и установите соответствие:</p> <p>К каждому из элементов (1, 2, 3, 4, 5), указанных в левом столбце таблицы, подберите один соответствующий элемент, обозначенный буквами (А, Б, В, Г, Д), в правом столбце таблицы. Полученные результаты впишите в бланк ответа.</p> <p>Установите соответствие между методами ценообразования и их описанием:</p>							

		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="564 188 596 300">1</td> <td data-bbox="596 188 975 300">Функциональная структура</td> <td data-bbox="975 188 1007 300">А</td> <td data-bbox="1007 188 1369 300">Организация по группам потребителей или сегментам рынка</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 300 596 367">2</td> <td data-bbox="596 300 975 367">Продуктовая структура</td> <td data-bbox="975 300 1007 367">Б</td> <td data-bbox="1007 300 1369 367">Разделение по географическим зонам</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 367 596 479">3</td> <td data-bbox="596 367 975 479">Региональная структура</td> <td data-bbox="975 367 1007 479">В</td> <td data-bbox="1007 367 1369 479">Специализация по видам маркетинговой деятельности</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 479 596 636">4</td> <td data-bbox="596 479 975 636">Матричная структура</td> <td data-bbox="975 479 1007 636">Г</td> <td data-bbox="1007 479 1369 636">Совмещение функционального и продуктового подчинения</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 636 596 748">5</td> <td data-bbox="596 636 975 748">Рыночная структура</td> <td data-bbox="975 636 1007 748">Д</td> <td data-bbox="1007 636 1369 748">Ответственность за конкретные товары или товарные группы</td> </tr> </table> <p data-bbox="564 748 1369 784">Впишите под цифрами выбранные буквы:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="564 784 724 819">1</td> <td data-bbox="724 784 884 819">2</td> <td data-bbox="884 784 1043 819">3</td> <td data-bbox="1043 784 1203 819">4</td> <td data-bbox="1203 784 1369 819">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 819 724 860"></td> <td data-bbox="724 819 884 860"></td> <td data-bbox="884 819 1043 860"></td> <td data-bbox="1043 819 1203 860"></td> <td data-bbox="1203 819 1369 860"></td> </tr> </table>	1	Функциональная структура	А	Организация по группам потребителей или сегментам рынка	2	Продуктовая структура	Б	Разделение по географическим зонам	3	Региональная структура	В	Специализация по видам маркетинговой деятельности	4	Матричная структура	Г	Совмещение функционального и продуктового подчинения	5	Рыночная структура	Д	Ответственность за конкретные товары или товарные группы	1	2	3	4	5						
1	Функциональная структура	А	Организация по группам потребителей или сегментам рынка																														
2	Продуктовая структура	Б	Разделение по географическим зонам																														
3	Региональная структура	В	Специализация по видам маркетинговой деятельности																														
4	Матричная структура	Г	Совмещение функционального и продуктового подчинения																														
5	Рыночная структура	Д	Ответственность за конкретные товары или товарные группы																														
1	2	3	4	5																													
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p data-bbox="564 860 1369 896">Прочитайте, ниже приведенный, текст:</p> <p data-bbox="564 896 1369 1008">Повышение эффективности маркетинговой деятельности требует поэтапного подхода к анализу и оптимизации процессов.</p> <p data-bbox="564 1008 1369 1075">Установите последовательность этапов повышения эффективности:</p> <ol data-bbox="564 1075 1369 1254" style="list-style-type: none"> 1. Диагностика текущего состояния 2. Выявление проблемных зон 3. Разработка корректирующих мероприятий 4. Реализация изменений 5. Оценка результатов. <p data-bbox="564 1254 1369 1321">Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="564 1321 724 1379"></td> <td data-bbox="724 1321 884 1379"></td> <td data-bbox="884 1321 1043 1379"></td> <td data-bbox="1043 1321 1203 1379"></td> <td data-bbox="1203 1321 1369 1379"></td> </tr> </table>																															
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p data-bbox="564 1379 1369 1523">Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор:</p> <p data-bbox="564 1523 1369 1590">Система показателей, позволяющая оценить результативность маркетинговой деятельности - это:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="564 1590 963 1702">1 Бюджетирование</td> <td data-bbox="963 1590 1369 1702">2 КРІ (ключевые показатели эффективности)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 1702 963 1747">3 CRM-система</td> <td data-bbox="963 1702 1369 1747">4 Медиапланирование</td> </tr> </table> <p data-bbox="564 1747 1369 1783">Ответ:</p> <p data-bbox="564 1783 1369 1827">Обоснование:</p>	1 Бюджетирование	2 КРІ (ключевые показатели эффективности)	3 CRM-система	4 Медиапланирование																											
1 Бюджетирование	2 КРІ (ключевые показатели эффективности)																																
3 CRM-система	4 Медиапланирование																																
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из	<p data-bbox="564 1827 1369 1895">Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:</p> <p data-bbox="564 1895 1369 1930">Методы контроля маркетинговой деятельности:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="564 1930 963 1975">1 Анализ продаж</td> <td data-bbox="963 1930 1369 1975">2 Маркетинговый аудит</td> </tr> <tr> <td data-bbox="564 1975 963 2042">3 Расчет ROI</td> <td data-bbox="963 1975 1369 2042">4 Проведение фокус-групп</td> </tr> </table>	1 Анализ продаж	2 Маркетинговый аудит	3 Расчет ROI	4 Проведение фокус-групп																											
1 Анализ продаж	2 Маркетинговый аудит																																
3 Расчет ROI	4 Проведение фокус-групп																																

	четырёх предложенных и обоснованием выбора	5 Дизайн визиток	6 Анализ доли рынка			
		Ответ: Обоснование:				
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	Кейс: Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей: Рекламное агентство "CreativeMind" теряет клиентов из-за долгого согласования проектов. Задание: а) В чем основные проблемы процесса? б) Какие инструменты автоматизации внедрить? в) Как мотивировать сотрудников? г) Разработайте план улучшения.				
ПК 2.8 Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы						
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте ниже приведенный текст: Сбор и анализ информации о потенциальных бизнес-рисках — важная часть стратегического планирования. Недооценка угроз или неправильная интерпретация данных может привести к принятию ошибочных управленческих решений и финансовым потерям. Установите соответствие между возможными ошибками интервью и вариантами их профилактики: К каждой позиции в левом столбце (1,2,3,4...) подберите соответствующую позицию из правого столбца				
		1	Игнорирование макроэкономических факторов	А Регулярный мониторинг экономических индикаторов		
		2	Недооценка конкурентных угроз	Б Проведение SWOT-анализа		
		3	Отсутствие резервных фондов	В Формирование финансовых резервов		
		4	Неучет изменений в законодательстве	Г Внедрение CRM-системы		
		5	Переоценка собственных возможностей	Д Создание системы мониторинга нормативных изменений		
		6		Е Реалистичная оценка ресурсов компании		
		Впишите под цифрами выбранные буквы:				
		1	2	3	4	5

2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>Установите последовательность этапов SWOT-анализа:</p> <table border="1" data-bbox="564 188 1369 495"> <tr> <th>№</th> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Формулирование стратегических инициатив</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Выявление внутренних слабостей</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Определение внешних угроз</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Составление матрицы</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Выявление внутренних сильных сторон</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Определение внешних возможностей</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Приоритизация факторов</td> </tr> </table> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table border="1" data-bbox="564 568 1369 607"> <tr> <td> </td> </tr> </table>	№		1	Формулирование стратегических инициатив	2	Выявление внутренних слабостей	3	Определение внешних угроз	4	Составление матрицы	5	Выявление внутренних сильных сторон	6	Определение внешних возможностей	7	Приоритизация факторов								
№																										
1	Формулирование стратегических инициатив																									
2	Выявление внутренних слабостей																									
3	Определение внешних угроз																									
4	Составление матрицы																									
5	Выявление внутренних сильных сторон																									
6	Определение внешних возможностей																									
7	Приоритизация факторов																									
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Внимательно прочитайте формулировку понятия; прочитайте все предложенные варианты; выберите из четырех предложенных вариантов один, наиболее верный и обоснуйте свой выбор:</p> <p>Совокупность организаций и лиц, обеспечивающих движение товара от производителя к конечному потребителю - это:</p> <table border="1" data-bbox="564 864 1369 947"> <tr> <td>1</td> <td>Логистическая система</td> <td>2</td> <td>Канал распределения</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Торговая сеть</td> <td>4</td> <td>Дистрибьюторская сеть</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	1	Логистическая система	2	Канал распределения	3	Торговая сеть	4	Дистрибьюторская сеть																
1	Логистическая система	2	Канал распределения																							
3	Торговая сеть	4	Дистрибьюторская сеть																							
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Прочитайте текст; выберите все правильные варианты ответа; запишите аргументы, обосновывающие ваш выбор:</p> <p>Критерии выбора каналов распределения:</p> <table border="1" data-bbox="564 1128 1369 1352"> <tr> <td>1</td> <td>Целевые предпочтения потребителей</td> <td>2</td> <td>Размер торговой наценки</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Цвет униформы персонала</td> <td>4</td> <td>Логистические возможности</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Репутация посредника</td> <td>6</td> <td>Любимая компания директора</td> </tr> </table> <p>Ответ: Обоснование:</p>	1	Целевые предпочтения потребителей	2	Размер торговой наценки	3	Цвет униформы персонала	4	Логистические возможности	5	Репутация посредника	6	Любимая компания директора												
1	Целевые предпочтения потребителей	2	Размер торговой наценки																							
3	Цвет униформы персонала	4	Логистические возможности																							
5	Репутация посредника	6	Любимая компания директора																							
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Кейс:</p> <p>Инструкция: Внимательно прочитайте задачу; запишите развернутый, логичный ответ на вопросы к задаче; предложите и запишите наиболее оптимальный вариант решения ситуации с учетом психологического состояния детей:</p> <p>Производитель натуральной косметики "EcoBeauty" не может выйти в крупные розничные сети.</p> <p>Задание:</p> <p>а) Какие барьеры мешают выходу? б) Как наладить контакт с ритейлерами? в) Какие альтернативные каналы сбыта использовать? г) Предложите стратегию дистрибуции.</p>																								

Ответы:

№	Тип задания	Задание
---	-------------	---------

ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга						
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	ВАГБД				
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	1	2	3	4	5
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: Выбор метода исследования должен основываться на его адекватности поставленным целям и способности получить релевантные данные от целевой аудитории. Другие факторы (стоимость, скорость) вторичны.</p>				
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 1,2,4,6</p> <p>Обоснование: Наблюдение, эксперимент, фокус-группы и онлайн-опросы являются методами сбора первичной информации. Анализ отчетности и работа с Госстатом относятся к вторичным данным.</p>				
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>а) Основные проблемы: низкая вовлеченность респондентов, субъективность ответов, сложность сбора данных о конкурентах.</p> <p>б) Методы: онлайн-опросы (количественные), фокус-группы с родителями (качественные).</p> <p>в) Источники: данные Росстата (вторичные), опросы в соцсетях и поликлиниках (первичные).</p> <p>г) План:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение целей исследования. • Разработка анкет для онлайн-опроса. • Организация фокус-групп в детских центрах. • Анализ данных и подготовка отчета. 				
ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации						
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	1	2	3	4	5
		Г	А	Б	В	Д
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	1	2	3	4	5
3	Задание комбинированного типа с выбором	Ответ: 2				

	одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Обоснование: таргетинг позволяет точно доставлять рекламу нужной аудитории, что повышает конверсию. Остальные варианты либо неэффективны, либо могут навредить репутации.										
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	Ответ: 1,3,5,6 Обоснование: Реклама, стимулирование сбыта, PR и личные продажи являются элементами продвижения. Логистика и ценообразование относятся к другим элементам маркетинг-микса.										
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	а) Каналы: TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts. б) Контент: челленджи, тренировки с блогерами, мотивационные ролики. в) Партнерства: коллабы с популярными тиктокерами, школами, спортивными магазинами. г) Концепция: "Твой первый шаг к чемпионству" — серия коротких видео с участием молодых спортсменов.										
ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий												
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>Д</td> <td>Б</td> <td>А</td> <td>Г</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	В	Д	Б	А	Г
1	2	3	4	5								
В	Д	Б	А	Г								
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>6</td> </tr> </table>	1	7	5	3	4	2	6			
1	7	5	3	4	2	6						
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Ответ: 2 Обоснование: Динамическое ценообразование требует анализа рыночных данных в реальном времени для оптимального баланса между прибылью и конкурентоспособностью.										
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	Ответ: 1,2,4,6 Обоснование: Себестоимость, конкуренция, эластичность спроса и стадия ЖЦТ объективно влияют на ценообразование. Цвет упаковки и квалификация бухгалтера не являются определяющими факторами.										
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	а) Факторы: себестоимость, цены конкурентов, эластичность спроса. б) Стратегии: bundle pricing (комбо-наборы), динамическое ценообразование.										

		<p>в) Сообщение: "Цены немного выросли, но мы добавили бонусы (бесплатная выпечка к кофе)".</p> <p>г) Оптимальная стратегия: умеренное повышение цен + программа лояльности.</p>										
<p>ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p>												
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>А</td> <td>Б</td> <td>Г</td> <td>Д</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	В	А	Б	Г	Д
1	2	3	4	5								
В	А	Б	Г	Д								
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>4</td> <td>1</td> <td>7</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>6</td> <td>5</td> </tr> </table>	4	1	7	2	3	6	5			
4	1	7	2	3	6	5						
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: Уникальное торговое предложение (УТП) позволяет дифференцировать товар на рынке и привлечь целевую аудиторию.</p>										
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 1,3,5,6</p> <p>Обоснование: География, психография, демография и поведение - классические критерии сегментирования. Оборот и уставной капитал относятся к B2B-сегментированию.</p>										
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>а) Критерии: цена, качество, дизайн, сервис.</p> <p>б) Опрос: онлайн-анкеты для родителей в соцсетях.</p> <p>в) Инструменты: матрица конкурентного анализа, SWOT.</p> <p>г) План: Улучшение качества ткани. Введение линии "эко-одежда". Партнерство с блогерами-мамами.</p>										
<p>ПК 2.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p>												
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>А</td> <td>В</td> <td>Д</td> <td>Г</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	Б	А	В	Д	Г
1	2	3	4	5								
Б	А	В	Д	Г								
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>2</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>3</td> </tr> </table>	2	5	4	7	1	6	3			
2	5	4	7	1	6	3						
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного	<p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: Только "бизнес-план" полностью соответствует определению как комплексный документ, охватывающий все</p>										

	ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	аспекты коммерческого проекта. Другие варианты описывают отдельные составляющие.														
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 1,3,5</p> <p>Обоснование: Маркетинговая стратегия, финансовый план и анализ рисков - ключевые разделы. Штатное расписание, дизайн логотипа и график отпусков не являются обязательными.</p>														
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Ответ:</p> <p>а) Разделы: резюме, маркетинговый план, финансовый прогноз.</p> <p>б) Показатели: ROI, точка безубыточности, САС.</p> <p>в) Презентация: акцент на растущем рынке EdTech и уникальности методик.</p> <p>г) Структура: Описание продукта. Анализ рынка. Маркетинговая стратегия. Финансовый план.</p>														
ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов																
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> </tr> </table>					1	2	3	4	5	А	Б	В	Г	Д
1	2	3	4	5												
А	Б	В	Г	Д												
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>					1	2	3	4	5					
1	2	3	4	5												
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: КPI представляют собой именно систему измеримых показателей эффективности, тогда как другие варианты относятся к инструментам планирования или управления.</p>														
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 1,3,5</p> <p>Обоснование: Рентабельность, оборачиваемость и доля рынка - ключевые показатели. Средний чек, соцсети и цвет упаковки не отражают эффективность ассортимента.</p>														
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Ответ:</p> <p>а) Метрики: оборачиваемость, маржинальность, ROI.</p> <p>б) ABC-анализ: разделить товары на группы (А — 80% прибыли, С — 5%).</p>														

		<p>в) Решения: скидки, бонусы, возврат поставщикам.</p> <p>г) План: Увеличить закупки топ-товаров (группа А). Провести акции для группы С.</p>										
<p>ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>												
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>Д</td> <td>Б</td> <td>Г</td> <td>А</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	В	Д	Б	Г	А
1	2	3	4	5								
В	Д	Б	Г	А								
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5					
1	2	3	4	5								
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ:2</p> <p>Обоснование: КPI представляют собой именно систему измеримых показателей эффективности, тогда как другие варианты относятся к инструментам планирования или управления.</p>										
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ:1,2,3,6</p> <p>Обоснование: Анализ продаж, аудит, ROI и доля рынка - методы контроля. Фокус-группы - метод исследования, дизайн визиток не относится к контролю.</p>										
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Ответ:</p> <p>а) Проблемы: бюрократия, отсутствие CRM.</p> <p>б) Инструменты: CRM-система.</p> <p>в) Мотивация: KPI + бонусы за скорость.</p> <p>г) План: Внедрить CRM. Оптимизировать рабочий процесс</p>										
<p>ПК 2.8 Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы</p>												
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	А	Б	В	Г	Д
1	2	3	4	5								
А	Б	В	Г	Д								
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	<table border="1"> <tr> <td>5</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>4</td> <td>1</td> </tr> </table>	5	2	6	3	7	4	1			
5	2	6	3	7	4	1						
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех	<p>Ответ:2</p> <p>Обоснование: Понятие "канал распределения" наиболее полно охватывает всех участников процесса движения товара к потребителю, в то время как другие варианты описывают отдельные элементы системы.</p>										

	предложенных и обоснованием выбора	
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора	<p>Ответ: 1,2,4,5</p> <p>Обоснование: Предпочтения потребителей, наценка, логистика и репутация - объективные критерии. Цвета униформы и предпочтения директора не влияют на выбор каналов.</p>
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>Ответ:</p> <p>а) Барьеры: высокие вендорные платежи, конкуренция.</p> <p>б) Контакт: участие в В2В-выставках.</p> <p>в) Альтернативы: маркетплейсы, собственный интернет-магазин.</p> <p>г) Стратегия: старт с онлайн-продаж → переговоры с локальными сетями.</p>

Разработчик: Шильникова Д.М.