

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области

ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО «ТТЕ»
_____ М.С.Задровская
«_____» _____ 2018г

Контрольно-оценочное средство

по процедуре *экзамен*

МДК.05.01 Маркетинговые исследования

и продвижение товаров и услуг

специальность 38.02.05 «Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров»

(дневное и заочное отделение)

Преподаватель разработчик
«_____» _____ 2018г.

/О.Л.Бланк/

Рассмотрены и утверждены метод.
комиссией по проф.дисциплинам
от «28»августа 2018г . прот. №1
_____ А.А.Веснина

I. ПАСПОРТ

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу МДК.05.01 Маркетинговые исследования и продвижение товаров и услуг в рамках ПМ.05 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

КОС содержит контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме комплексного экзамена.

КОС разработан в соответствии с основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров программы профессионального модуля ПМ.05 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

Требования к результату освоения МДК:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- участия в маркетинговых исследованиях рынка и поведения потребителей;
- участия в разработке маркетинговых мероприятий по улучшению работы торговой организации;
- участия в мероприятиях продвижения товаров и услуг;

уметь:

- анализировать окружающую среду организации на основе результатов маркетинговых исследований;
- анализировать и прогнозировать конъюнктуру рынков товаров и услуг;
- выявлять потребности на целевых сегментах рынка;
- комплексно анализировать и оценивать ассортиментную, ценовую и сбытовую политику организации;
- выявлять проблемы торговой организации;
- определять показатели качества услуг и применять их при оценке услуг торговли;
- изучать перспективы сбыта новых товаров с учетом социально-демографических особенностей различных групп населения, состояния и динамики их доходов, традиций и вкусов;
- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;
- формировать потребности (спрос) на товары и услуги торговой организации;
- обеспечивать продвижение товаров и услуг на рынке;
- выбирать методы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

знать:

- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- объекты, средства и методы маркетинга;
- характеристики маркетинговой среды;
- основные понятия, цели, задачи и направления, составные элементы товарной политики;
- объекты и средства товарного маркетинга;
- маркетинговую классификацию товаров;
- особенности маркетинга услуг;
- показатели качества услуг;
- факторы, влияющие на качество услуг;
- назначение и этапы проведения маркетинговых исследований;

- виды маркетинговой информации, способы ее сбора, критерии отбора;
- методы обработки и анализ маркетинговой информации, возможности использования результатов исследований для повышения эффективности деятельности торговой организации;
- основные понятия в области конкурентоспособности, критерии и показатели ее оценки;
- пути повышения конкурентоспособности;
- методы обеспечения конкурентоспособности;
- виды и разновидности потребностей, удовлетворяемых товарами и услугами;
- средства удовлетворения потребностей;
- факторы, влияющие на поведение потребителей;
- факторы создания потребительских предпочтений, методы их обеспечения;
- специфику рекламы товаров и услуг;
- основные понятия и назначение мерчандайзинга;
- основы планировки торгового зала;
- правила выкладки товаров в торговом зале;
- способы выкладки продовольственных или непродовольственных товаров различных однородных групп;
- особенности поведения организованных и индивидуальных потребителей;
- внешние и внутренние факторы поведения потребителей, управление поведением потребителей;
- процесс принятия решений потребителями;
- содержание, законодательную базу и защиту прав потребителей;
- общественное движение за обеспечение прав потребителей в России и за рубежом;
- потребительский экстремизм.

Выявляемые знания и умения обучающегося вносят вклад в последующее формирование общих и профессиональных компетенций.

Товаровед должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

Код	Наименование
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

Специалист по товароведению и экспертизе должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 5.1. Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.

ПК 5.2. Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.

ПК 5.3. Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.

ПК 5.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.

ПК 5.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

Контрольные точки для МДК.05.01 Маркетинговые исследования и продвижение товаров и услуг

Уровни деятельности	Контрольные точки (знание, умение)	Тема	Компетенции	Методы проверки
1.Эмоционально-психологический (имеет представление)		Введение Тема 1.1Сущность и содержание маркетинга Тема № 2.1. Товар как объект маркетинга	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8	Устный опрос, тестирование, практические работы Экзамен
2.Регулятивный (знание, понимание)	<ul style="list-style-type: none"> • сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; • объекты, средства и методы маркетинга; • характеристики маркетинговой среды; • основные понятия, цели, задачи и направления, составные элементы товарной политики; • объекты и средства товарного маркетинга; • маркетинговую классификацию товаров; • особенности маркетинга услуг; • показатели качества услуг; • факторы, влияющие на качество услуг; • назначение и этапы проведения маркетинговых исследований; • виды маркетинговой информации, способы ее сбора, критерии отбора; • методы обработки и анализ маркетинговой информации, возможности использования результатов исследований для 	Тема 1.2. Рынок как объект маркетинга Тема 1.3. Маркетинговая окружающая среда Тема 1.4 Объекты и субъекты маркетинга Тема 1.5 Стратегическое маркетинговое Планирование Тема 1.6. Маркетинговые исследования Тема № 2.2. Разработка товара Тема № 2.3 Методы распространения товаров Тема 2.4 Общие сведения о рекламе Тема 2.5 Характеристика и классификация рекламы. Рекламная коммуникационная система Тема 2.6 Каналы распространения рекламы Тема 2.7 Маркетинговая основа создания рекламного продукта	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ПК.5.1-ПК.5.5	Устный опрос, Тестирование, Составление схем, практические работы, решение производственных задач, выполнение творческих работ, Экзамен

	<p>повышения эффективности деятельности торговой организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия в области конкурентоспособности, критерии и показатели ее оценки; • пути повышения конкурентоспособности; • методы обеспечения конкурентоспособности; • виды и разновидности потребностей, удовлетворяемых товарами и услугами; • средства удовлетворения потребностей; • факторы, влияющие на поведение потребителей; • факторы создания потребительских предпочтений, методы их обеспечения; • специфику рекламы товаров и услуг; • основные понятия и назначение мерчандайзинга; • основы планировки торгового зала; • правила выкладки товаров в торговом зале; • способы выкладки продовольственных или непродовольственных товаров различных однородных групп; • особенности поведения организованных и индивидуальных потребителей; 	<p>Тема 2.8 Создание рекламного продукта Тема 2.9. Реклама и потребитель</p>		
--	---	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • внешние и внутренние факторы поведения потребителей, управление поведением потребителей; • процесс принятия решений потребителями; • содержание, законодательную базу и защиту прав потребителей; • общественное движение за обеспечение прав потребителей в России и за рубежом; • потребительский экстремизм. 			
3. Социальный (применение)	Назначение и содержание схем логистического управления различными функциональными областями	<p>Тема 1.2. Рынок как объект маркетинга</p> <p>Тема 1.3. Маркетинговая окружающая среда</p> <p>Тема 1.4 Объекты и субъекты маркетинга</p> <p>Тема 1.5 Стратегическое маркетинговое Планирование</p> <p>Тема 1.6. Маркетинговые исследования</p> <p>Тема № 2.2. Разработка товара</p> <p>Тема № 2.3 Методы распространения товаров</p> <p>Тема 2.4 Общие сведения о рекламе</p> <p>Тема 2.5 Характеристика и классификация рекламы. Рекламная коммуникационная система</p> <p>Тема 2.6 Каналы</p>	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК1.3, ПК1.4, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.5, ПК3.3, ПК3.4, ПК.3.6, ПК.4.1-ПК.4.5	<p>Решение ситуационных задач,</p> <p>Работа с нормативными документами и справочной литературой</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Экзамен</p>

		<p>распространения рекламы Тема 2.7 Маркетинговая основа создания рекламного продукта Тема 2.8 Создание рекламного продукта Тема 2.9. Реклама и потребительской логистике</p>		
4. Аналитический (анализ)	<p>Анализировать различные модели продвижения товаров на рынок, проводить маркетинговые исследования</p>	<p>Тема 1.2. Рынок как объект маркетинга Тема 1.3. Маркетинговая окружающая среда Тема 1.4 Объекты и субъекты маркетинга Тема 1.5 Стратегическое маркетинговое Планирование Тема 1.6. Маркетинговые исследования Тема № 2.2. Разработка товара Тема № 2.3 Методы распространения товаров Тема 2.4 Общие сведения о рекламе Тема 2.5 Характеристика и классификация рекламы. Рекламная коммуникационная система Тема 2.6 Каналы распространения рекламы Тема 2.7 Маркетинговая основа создания рекламного продукта</p>	<p>ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК1.1, ПК1.6, ПК1.7, ПК2.3, ПК2.5, ПК2.6, ПК2.7</p>	<p>Практические работы Экзамен</p>

		Тема 2.8 Создание рекламного продукта Тема 2.9. Реклама и потребительлогистике		
--	--	---	--	--

II. Пакет преподавателя

Количество вариантов каждого задания (пакетов заданий) для

Обучающегося: 25

Требования к процедуре

Помещение: учебный кабинет

Оборудование: микрокалькуляторы

Справочные материалы: Методические указания для выполнения практических работ

Норма времени на выполнение задания: 45 минут

Требования к кадровому обеспечению оценки:

Оценщик (эксперт) – преподаватель дисциплины «Теоретические основы товароведения»

Ассистент (организатор) – преподаватель, ведущий эту дисциплину

III. Пакет студента

I. Задание (билет)

II. Оценочная ведомость на каждого студента

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 1
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Маркетинговые исследования: понятие, виды, цели.
2. Учет конкуренции в ценообразовании

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 2
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Принципы маркетинговых исследований.
2. Цена как средство маркетинга. Задачи ценообразования.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 3
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Система методов и методических приемов в маркетинговом исследовании.
2. Интервью как метод сбора информации: виды, типы, характеристики.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 4
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Основные этапы маркетингового исследования, их содержание.
2. Методы оценки эффективности рекламы.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 5
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Опрос: понятие, виды, методика, преимущества и недостатки.
2. Маркетинговое обоснование целесообразности освоения новых товаров.
Способы тестирования новых товаров.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 6
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Наблюдение: формы, виды, преимущества и недостатки.
2. Стратегии маркетинга на разных стадиях жизненного цикла товара.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 7
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Выбор средств маркетинговых исследований и метода коммуникации.
2. Процесс планирования рекламной компании.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 8
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Способы сбора информации в маркетинге и ее источники.
2. Ценообразование, ориентированное на потребителя.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 9
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Планирование и организация маркетинговых исследований.
2. Методы поддержания розничных цен.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 10
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Методы выбора целевого рынка.
2. Состав маркетинговых коммуникаций, обоснование приоритета их использования.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 11
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Основные группы целей маркетингового исследования и их характеристики.
2. Обоснование стратегии использования новых товарных марок.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 12
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Качественные исследования: понятие, проблемы, стадии, концепции сбора данных.
2. Обоснование решений по упаковке, гарантии к сервису.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 13
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Модель изучения товарной структуры рынка.
2. Показатели силы марки. Моделирование переключения потребителей на другие марки.

Преподаватель _____

**Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»**

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 14
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Оценка привлекательности сегментов и их выбор.
2. Определение целей и целевой рекламной аудитории.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 15
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Выработка гипотезы маркетингового исследования и сбора данных.
2. Обоснование выбора средств рекламы.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 16
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Вторичные маркетинговые исследования: источники информации, их анализ.
2. Стратегии позиционирования товара на целевом рынке.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 17
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Основные разделы плана маркетингового исследования и способы сбора первичных данных.
2. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта.

Преподаватель _____

**Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»**

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ

М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 18
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Методики проведения количественных и качественных маркетинговых исследований.
2. Методы оценки конкурентоспособности продукции.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 19
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Внутренняя и внешняя обстановка: основные элементы, их анализ, использование результатов.
2. Стратегия обоснования гибкости цен.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 20
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Маркетинговое исследование рекламной деятельности.
2. Ценообразование на новые товары.

Преподаватель _____

**Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»**

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 21
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Задачи, критерии и сетка сегментации.
2. Ценовая дискриминация как средство увеличения продаж.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 22
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Анализ экономической эффективности продаж. Обоснование решений о прекращении производства товара
2. Основные задачи управления персональными продажами.

Преподаватель _____

**Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»**

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 23
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Цели и стратегии распределения, их связи с целями маркетинга.
2. Обоснование изменения цен.

Преподаватель _____

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 24
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

1. Анкетирование: понятие, содержание, инструментарий, методика проведения.
2. Ценообразование на новые товары.

Преподаватель _____

**Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
ГАПОУ СО «Тавдинский техникум им. А.А.Елохина»**

Рассмотрено
МК профессиональных циклов
прот.№ 1 от «28» августа 2018г.
_____/А.Н.Веснина/

Утверждаю
Директор ГАПОУ СО ТТЕ
_____/М.С.Задровская
«____» _____ 2018г.

Билет № 25
МДК.05.01 Маркетинговые исследования
и продвижение товаров и услуг
курс III

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание

Вы можете воспользоваться методическими материалами, имеющимися у Вас на столе

Время выполнения задания – 45 минут

- 1.Обоснование типа и длины каналов распределения.
2. Частные марки и причины их использования.

Преподаватель _____

Критерии оценивания по уровням деятельности с учетом всех формируемых компетенций на процедуре - Экзамен

Уровни деятельности	Критерии оценки	Осваиваемые компетенции
1.Эмоционально-психологический (имеет представление)	Демонстрирует готовность к выполнению задания (владеет понятийным аппаратом)	ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК7, ОК9
2.Регулятивный (знание, понимание)	Демонстрирует знания методов маркетинга и маркетинговых исследований, основных схем товародвижения Составляет план эффективного маркетинга на основе процедуры маркетинговых исследований Демонстрирует знания: Организации маркетинговых исследований, товародвижения на рынке, рекламу и ее разработку, проведение различными методами изучение потребителей на рынке	ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК.5.ПК.5.5
3.Социальный (применение)	Соблюдает правила делового этикета при проведении процедуры -экзамен Умение вступать в устную коммуникацию с целью выяснения и уточнения задания	ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК.5.ПК.5.5
4.Аналитический (анализ)	Правильность выбора алгоритма ответа Сопоставляет план маркетинговых исследований Анализирует последствия своих возможных ошибок и недочетов работы	ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК.5.ПК.5.5
5.Творческий	Не предусмотрено заданием	
6.Самосовершенствование	Самостоятельно выполняет все задания, предусмотренные билетом	ОК4, ОК7, ОК9, ОК6, ОК5, ОК8 ОК1, ОК2, ОК3, ПК.5.ПК.5.5

Оценочный лист

К экзамену по дисциплине **МДК.05.01 Маркетинговые исследования и продвижение товаров и услуг**

На основе ФГОС ОПОП 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

ФИО обучающегося _____

Группа _____

Уровни деятельности	Критерии оценки	Наличие критериев 0 – критерий отсутствует 1 – критерий присутствует частично 2 – критерий присутствует в полном объеме
1.Эмоционально-психологический (имеет представление)	Демонстрирует готовность к выполнению задания (владеет понятийным аппаратом)	
2.Регулятивный (знание, понимание)	Демонстрирует знания методов маркетинга и маркетинговых исследований, основных схем товародвижения Составляет план эффективного маркетинга на основе процедуры маркетинговых исследований Демонстрирует знания: Организации маркетинговых исследований, товародвижения на рынке, рекламу и ее разработку, проведение различными методами изучение потребителей на рынке	
3.Социальный (применение)	Соблюдает правила делового этикета при проведении процедуры Экзамен Умение вступать в устную коммуникацию с целью выяснения и уточнения задания	
4. Аналитический (анализ)	Правильность выбора алгоритма ответа Сопоставляет план маркетинговых исследований Анализирует последствия своих возможных ошибок и недочетов работы	
5. Творческий	Не предусмотрено заданием	-
6. Самосовершенствование	Самостоятельно выполняет задание	

__18-20__ баллов – «5» __14-17__ баллов - «4» __10-13__ баллов – «3»

Итоговая оценка _____

Преподаватель _____ О.Л.Бланк

