

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы

Кафедра маркетинга



УТВЕРЖДАЮ:

Директор

(подпись)

Харьковский Р.Г.

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Маркетинг: современные концепции и технологии»

38.03.02 Менеджмент

«Маркетинг»

Разработчик:

профессор

(подпись)

Максимова Т.С.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры маркетинга
от 28 января 2025 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой

(подпись)

Максимова Т.С.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Маркетинг: современные концепции и технологии»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. *Выберите один правильный ответ.*

К основным факторам влияния на эволюцию маркетинга относится:

- А) насыщение рынка товарами
- Б) обострение конкуренции
- В) НТП, новые технологии, ноу-хау
- Г) повышение покупательских требований к товарам и продажам
- Д) все ответы верны

Правильный ответ: Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. *Выберите один правильный ответ.*

К основным задачам предприятия на этапе концепции совершенствования производства не относится:

- А) внедрение оборудования для организации массового производства товара
- Б) обеспечение роста производительности труда работников предприятия
- В) увеличение имеющихся каналов реализации продукции
- Г) сокращение имеющихся издержек производства и реализации товара
- Д) правильного ответа нет

Правильный ответ: Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

3. *Выберите один правильный ответ.*

Чем характеризуется современный этап развития маркетинга?

- А) цифровизация экономики
- Б) доминирование инновационных факторов развития
- В) развитие рынка информационных и коммуникационных услуг
- Г) активное развитие маркетинга взаимоотношений
- Д) все ответы верны

Правильный ответ: Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

4. *Выберите один правильный ответ.*

В рамках сбытовой концепции маркетинга предприятия ориентированы на:

- А) увеличение рекламных затрат
- Б) реализацию инструментов мотивации персонала
- В) формирование новых методов продаж
- Г) развитие послепродажного обслуживания товаров
- Д) все ответы верны

Правильный ответ: Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

5. Выберите один правильный ответ

Кто впервые ввел термин «маркетинг взаимоотношений»?

А) Т. Левитт

Б) Л. Берри

В) Ф. Котлер

Г) Ж.-Ж. Ламбен

Д) правильного ответа нет

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между временными периодами и концепциями маркетинга. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Период	Концепция
1) 1930-1950 гг.	А) Социально-этического (социально-ориентированного) маркетинга.
2) 1960-1980 гг.	Б) Совершенствования производства (производственная).
3) 1860-1920 гг.	В) Интенсификации коммерческих усилий (сбытовая).
4) 1980-1995 гг.	Г) Маркетинга взаимодействия (партнерских отношений).
5) 1920-1930 гг.	Д) Традиционного («чистого») маркетинга.
6) 1995 г. по настоящее время	Е) Совершенствования товара (товарная).

Правильный ответ:

1	2	3	4	5	6
В	Д	Б	А	Е	Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. Установите соответствие между подходами к изучению маркетинга и объектами исследования. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Подход	Объект исследования
1) Товарный	А) Маркетинг как подсистема предпринимательской и экономической систем.
2) Институциональный	Б) Сокращение расстояний, времени, соблюдение сроков, оценка ценностей при согласовании спроса и предложения.

- | | |
|--|---|
| 3) Функциональный | В) Изучение рынка, продвижение, организация купли-продажи, политика цен, материально-техническое снабжение. |
| 4) Концептуальный | Г) Средства производства, потребительские товары, сельскохозяйственные товары, услуги. |
| 5) С позиции формирования потребительского решения | Д) Оптовая торговля, розничная торговля, производитель, многочисленные посредники. |
| 6) Системный (с позиции теории систем) | Е) Потребители. |

Правильный ответ:

1	2	3	4	5	6
Г	Д	В	Б	Е	А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

3. Установите соответствие между основными функциями маркетинга их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | Функции | Содержание |
|-----------------------------------|---|
| 1) Исследовательско-аналитическая | А) Направлена на оптимизацию материально-технической базы для производства конкурентоспособной продукции при помощи современных технологий, повышение качества готовой продукции. |
| 2) Производственная | Б) Заключается в разработке и создании нового товара или услуги. |
| 3) Сбытовая (продаж) | В) Позволяет определить внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность продвижения конкретного продукта (анализ рынка, потребителей, конкурентов). |
| 4) Инновационная | Г) Создание организационно-управленческих структур, обеспечивающих правильную организацию бизнес-процессов в компании (планирование, прогнозирование, управление рисками, коммуникации и обеспечение контроля). |
| 5) Контролирующая | Д) Организация системы сервиса и товародвижения за счет грамотно выстроенной логистики, формирование спроса и стимулирование сбыта товара, оптимизация ценовой политики, расширение товарной линейки. |

Правильный ответ:

1	2	3	4	5
В	А	Д	Б	Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. *Установите правильную последовательность этапов эволюции концепций маркетинга. Запишите правильную последовательность букв слева направо:*

- А) концепция социально-этического маркетинга
- Б) концепция совершенствования производства
- В) концепция интенсификации коммерческих усилий
- Г) концепция маркетинга взаимоотношений
- Д) концепция традиционного маркетинга
- Е) концепция совершенствования товара

Правильный ответ: Б, Е, В, Д, А, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. *Установите правильную последовательность этапов алгоритма разработки плана маркетинга: Запишите правильную последовательность букв слева направо:*

- А) оценка степени привлекательности полученных сегментов
- Б) определение принципов сегментирования рынка
- В) составление профилей полученных сегментов
- Г) разработка комплекса маркетинга для каждого целевого сегмента
- Д) выбор одного или нескольких сегментов
- Е) решение о позиционировании товара на каждом из целевых сегментов

Правильный ответ: Б, В, А, Д, Е, Г.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – вид маркетинга, который характеризуется тем, что для различных групп потребителей предлагаются различные по своим потребительским свойствам товары.

Правильный ответ: дифференцированный маркетинг.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это совокупность приемов, методов, организационных мер и технических средств для сбора, накопления и обработки

данных, необходимых для принятия обоснованных решений в маркетинговом менеджменте.

Правильный ответ: маркетинговая информационная система.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

3. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это основополагающие положения, обстоятельства, требования, которые лежат в основе маркетинга и раскрывают его сущность и назначение.

Правильный ответ: принципы маркетинга.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

4. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

Сущность конверсионного маркетинга состоит в выявлении причин _____ восприятия продукта, тщательном анализе характеристик товара, невостребованного на потребительском рынке, и на основе этих действий построение плана маркетинга предприятия.

Правильный ответ: негативного.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

5. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

Основной задачей _____ является исследование, анализ и понимание того, как различные маркетинговые стимулы воздействуют на мозг и как это влияет на поведение потребителей.

Правильный ответ: нейромаркетинга.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.11)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Ответьте на вопрос:*

Что является основным объектом внимания в концепции совершенствования производства которая утверждает, что потребители будут благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене.

Правильный ответ: совершенствование производства / повышение эффективности системы распределения.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. *Ответьте на вопрос:*

Как называется вид маркетинга, при котором предприятие сотрудничает с известными личностями для продвижения своих продуктов или услуг.

Правильный ответ: инфлюенсер-маркетинг / маркетинг влияния.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

3. *Ответьте на вопрос:*

Цифровой маркетинг – это маркетинг продвижения товаров и услуг посредством использования _____ с целью увеличения охватов потребителей.

Правильный ответ: digital-каналов / цифровых каналов.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

4. *Ответьте на вопрос:*

_____ рассматривается как маркетинговая деятельность, приоритетом которой является учет особенностей потребительского этноориентированного поведения покупателей на целевых рынках.

Правильный ответ: этнический маркетинг / этномаркетинг.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

5. *Ответьте на вопрос:*

При каком типе маркетинга задачей является оценка размера потенциального рынка и разработка эффективных продуктов, чтобы превратить потенциальный спрос в реальный.

Правильный ответ: развивающий маркетинг.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.*

Сформулируйте цели, соответствующие различным видам маркетинга, в зависимости от видов спроса на продукт.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

А) Конверсионный маркетинг. Спрос негативный. Цель – сделать негативный спрос положительным.

Б) Стимулирующий маркетинг. Спрос на продукт невысокий. Цель – симулировать спрос.

В) Развивающий маркетинг. Спрос формируется или скрыт. Цель – превратить потенциальный спрос в реальный.

Г) Ремаркетинг. Спрос – снижающийся. Цель – активация спроса.

Д) Синхромаркетинг. Спрос колеблется в зависимости от различных колебаний. Цель – стабилизация спроса.

Е) Поддерживающий. Спрос полноценный. Цель – поддержание существующего спроса.

Ж) Демаркетинг. Спрос выше предложения. Цель – снижение чрезмерного спроса.

З) Противодействующий. Спрос создает угрозу благосостоянию обществу или отдельных его групп по причине отрицательных свойств продукта. Цель – снижение спроса до нуля.

Правильный ответ: наличие в ответе не менее шести компонентов.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.

Укажите и дайте краткую характеристику основных методов нейромаркетинга.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Основные методы нейромаркетинга.

А) Функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ). Метод нейровизуализации, который использует магнитные поля для измерения мозговой активности.

Б) Электроэнцефалография (ЭЭГ). Метод регистрации электрической активности мозга с помощью электродов, расположенных на поверхности головы

В) Глазные следы (Eye-tracking). Технология, отслеживающая движения глаз и фокусировку на различных элементах визуальных стимулов.

Г) Нейромаркетинговые опросы и когнитивные тесты. Психологические тесты и опросники, использующие когнитивные и эмоциональные измерения для анализа восприятия рекламы.

Правильный ответ: наличие в ответе не менее трёх компонентов.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.

Укажите и дайте краткую характеристику основных элементов маркетинговой среды предприятия.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Основные элементы маркетинговой среды предприятия:

1. Микросреда. Факторы, непосредственно связанные с предприятием:

- само предприятие;
- посредники;
- поставщики;
- конкуренты;
- целевые и контактные аудитории.

2. Макросреда. Главные внешние факторы, оказывающие влияние на всю микросреду:

- демографические;
- экономические;
- экологические;
- технологические;
- политические;
- культурные.

Правильный ответ: наличие в ответе не менее девяти компонентов.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.1)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинг: современные концепции и технологии» соответствует требованиям ФГОС ВО.

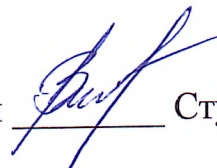
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.02 Менеджмент.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы



Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)