

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



Харьковский Р.Г.

(подпись)

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

38.03.02 Менеджмент

«Маркетинг»

Разработчик:

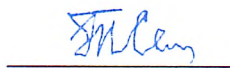
доцент


(подпись)

Антипова Ю.К.

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 в отраслях и сферах деятельности»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Чем маркетинг в сфере B2B отличается от маркетинга в сфере B2C?

- А) покупателями являются организации, а не частные лица
- Б) упор делается на эмоциональную составляющую покупки
- В) решение о покупке принимается одним человеком
- Г) важность личного контакта минимальна

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

2. Выберите один правильный ответ.

Аутсорсинг в строительстве – это:

- А) системный документ, подготовленный высшим руководством компании на длительную перспективу в целях достижения её миссии с учетом тенденций и закономерностей рынка
- Б) стратегическое решение компании о передаче сторонней организации на исполнение отдельных функций, направлений бизнес процессов в целях повышения качества, снижения затрат, времени исполнения
- В) самостоятельный раздел, отражающий величину доходов, совокупных затрат и прибыль от организации маркетинговой деятельности

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

3. Выберите один правильный ответ.

Кросс-торговля – это

- А) дополнительное предложение покупателю товаров из других отделов
- Б) способ реализации розничным магазином стратегии проникновения на рынок
- В) способ увеличения объемов продаж магазина при том же количестве покупателей
- Г) все перечисленные варианты верны

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

4. Выберите один правильный ответ.

Маркетинг в сфере АПК охватывает:

- А) маркетинг средств производства, маркетинг сельскохозяйственного сырья
- Б) маркетинг сельскохозяйственного сырья, маркетинг продовольственных товаров

В) маркетинг средств производства, маркетинг сельскохозяйственного сырья, маркетинг продовольственных товаров

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

5. *Выберите один правильный ответ.*

К специфическим чертам строительного маркетинга не относят:

А) стационарность

Б) сезонность

В) высокая капиталоемкость

Г) короткий жизненный цикл

Д) индивидуализация

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

6. *Выберите один правильный ответ.*

Розничная торговля – это:

А) деятельность по продаже товаров непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования

Б) деятельность по организации, исследованию и управлению розничными продажами для удовлетворения потребностей конечных покупателей

В) любая деятельность по продаже товаров посредникам для их дальнейшего коммерческого использования

Г) место встречи продавца и покупателя

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

7. *Выберите один правильный ответ.*

Отметьте ключевую роль HR-маркетинга:

А) уменьшение уровня текучести персонала

Б) повышение позиций в рейтингах работодателей

В) развитие вовлеченных и самомотивированных сотрудников

Г) увеличение конкурса на вакансии

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

8. *Выберите один правильный ответ.*

Что влияет на эффективность розничной точки продаж в наибольшей степени:

А) специализация

Б) рациональное месторасположение

В) размер

Г) ассортимент

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

9. Выберите один правильный ответ.

Объединение двух или нескольких предприятий в целях взаимовыгодного решения задач торговой деятельности – это:

- А) диверсификация
- Б) интеграция
- В) развитие новых форм торговли
- Г) освоение новых территорий

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

10. Выберите один правильный ответ.

SERVQUAL – это

- А) методика изучения поведения покупателей в торговом зале
- Б) модель, в которой рассчитывается вероятность посещения магазина
- В) методика изучения качества покупательского сервиса в торговом зале
- Г) методика изучения поведения продавцов в торговом зале

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2, ПК-7.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между видами интеграционных сетей розничной торговли по степени глобализации и их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Виды сетей	Содержание
1) Локальные	А) Работают только в одном городе, области
2) Федеральные	Б) Работают в разных странах
3) Международные	В) Развивают предприятия розничной торговли в нескольких городах или областях

Правильный ответ:

1	2	3
А	Б	В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Установите соответствие между позицией в приоритете использования различных элементов коммуникационного комплекса для продвижения нового продукта на рынок B2B и данными элементами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Позиция в приоритете	Содержание
1) 1	А) Прямой маркетинг
2) 2	Б) Связи с общественностью
3) 3	В) Реклама
4) 4	Г) Стимулирование сбыта
5) 5	Д) Личные продажи

Правильный ответ:

1	2	3	4	5
Д	А	Г	В	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

3. Установите соответствие между элементами атмосферы магазина в зависимости от характера воздействия на природную систему человека и их характеристикой. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Элементы атмосферы магазина		Характеристика
1) Психологические	А)	Представлены вариантом использования торгового пространства (размер, планировка, распределение площадей; соотношение общей и торговой площади; возможности движения покупателей), а также типом торгового оборудования, его формой и размерами; способами выкладки товаров на торговом оборудовании
2) Организационные	Б)	Представлены уровнем покупательского сервиса в магазине, поведением обслуживающего персонала, наличием или отсутствием в торговом зале большого количества покупателей
3) Органолептические	В)	Представлены визуальными компонентами, освещением, цветовым решением, музыкальным сопровождением, ароматами, температурой в помещении

Правильный ответ:

1	2	3
Б	А	В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

4. Установите соответствие между видами услуг, оказываемых в магазине розничной торговли и их характеристикой. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Виды услуг		Характеристика
1) Базовые услуги	А)	Не связаны непосредственно с покупаемым товаром и носят обычно нетоварный характер, всегда платные
2) Специальные услуги	Б)	Являются частью процесса реализации товаров, осуществляются бесплатно
3) Основные услуги	В)	Предназначены для того, чтобы сделать магазин приятным местом для покупок,

могут быть платными

Правильный ответ:

1	2	3
В	А	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов успешного открытия розничного магазина. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) бизнес-планирование
- Б) закупка оборудования
- В) исследование рынка
- Г) маркетинговая стратегия
- Д) организация открытия
- Е) подбор помещения
- Ж) рекрутинг персонала
- З) формирование ассортимента
- И) юридические аспекты

Правильный ответ: В, А, И, Е, Б, З, Ж, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Установите правильную последовательность действий для проведения исследования рынка перед открытием розничного магазина. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) анализ макрорыночной среды
- Б) сбор вторичной информации
- В) анализ целевой аудитории
- Г) определение целей исследования
- Д) оценка емкости рынка
- Е) анализ микромаркетинговой среды
- Ж) сбор первичной информации

Правильный ответ: Г, Ж, Б, А, Е, Д, В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это комплекс предприятий (организаций) различных отраслей, связанный единым технологическим процессом создания какого-либо готового продукта, предназначенного для конечного потребления.

Правильный ответ: производственная цепочка
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

2. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это направление маркетинговой деятельности, ориентированное на разработку, продвижение и реализацию продукции производственно-технического назначения.

Правильный ответ: промышленный маркетинг
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

3. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это совокупность лиц, предприятий и организаций, которые продают, покупают и получают по бартеру продукцию и услуги с целью их использования в производстве, для перепродажи или для сдачи в аренду.

Правильный ответ: рынок товаров производственно-технического назначения
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

4. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это образ организации как «отличного места для работы» в сознании нынешних сотрудников и ключевых заинтересованных сторон на внешнем рынке

Правильный ответ: HR-бренд
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

5. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это структурированный порядок действий, направленный на плодотворное ведение бизнеса и реализацию продукции.

Правильный ответ: бизнес-процессы в розничном магазине
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2, ПК-7.3)

6. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это развитие новых направлений деятельности, связанных или несвязанных с основным видом деятельности.

Правильный ответ: диверсификация
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2, ПК-7.3)

7. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это набор действий и программ, направленных на улучшение процесса совершения покупки

Правильный ответ: покупательский сервис
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2, ПК-7.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Напишите пропущенное слово.*

Отождествление человека с предприятием, выражающееся в стремлении работать в нём и способствовать его успеху – это _____ приверженность.

Правильный ответ: организационная

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

2. *Напишите пропущенное слово.*

В современной концепции строительного маркетинга ключевую роль в формировании условий стабильности и успеха играет стратегия _____.

Правильный ответ: аутсорсинга

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

3. *Напишите пропущенное слово.*

Концепция бизнеса, при которой розничное торговое предприятие предлагает несколько отдельных брендов под одним зонтичным наименованием называется _____.

Правильный ответ: мультибрендовость.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

4. *Напишите пропущенное слово.*

Совмещение нескольких торговых форматов в рамках одной розничной сети называется _____.

Правильный ответ: мультиформатность

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Дайте развернутый ответ на вопрос:*

Укажите 2 основные характеристики спроса на товары производственно-технического назначения и кратко поясните их сущность.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат:

- 1) вторичность спроса (зависит от спроса на потребительские товары)
- 2) неэластичность спроса (объем закупок не изменяется при изменении цены товара)

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее двух характеристик.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

2. *Дайте развернутый ответ на вопрос:*

Укажите факторы, определяющие специфику агромаркетинга.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: 1) несовпадение рабочего периода и периода производства; 2) сезонность производства; 3) производство товаров первой

жизненной необходимости; 4) недостаточный уровень технического оснащения производства; 5) природные условия и качество почвы

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырёх факторов

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.2)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите элементы комплекса маркетинга розничного торгового предприятия («7Р»).

Время выполнения – 7 мин.

Ожидаемый результат: 1) товар (Product); 2) цена (Price); 3) место (Place); 4) коммуникации (Promotion); 5) процесс (Process); 6) люди (People); 7) физическое окружение (Physical Evidence)

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трёх видов открытых методов и не менее двух видов скрытых методов

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

4. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите направления создания и роста розничного торгового предприятия.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: 1) развитие собственного минипроизводства; 2) интеграция (горизонтальная и вертикальная); 3) развитие новых форм торговли (мультиформатность); 4) диверсификация бизнеса (мультибрендовость); 5) развитие вспомогательного бизнеса; 6) освоение новых территорий

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырех направлений

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

5. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите современные способы интеграции розничного торгового предприятия и кратко раскройте их сущность.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

1) модель Click-and-Collect – покупатели могут заказывать товары через сайт или мобильное приложение, а затем забирать их в магазине;

2) инвентаризация в реальном времени – синхронизация данных о наличии товаров в режиме реального времени между онлайн и оффлайн каналами;

3) оффлайн поддержка онлайн продаж - в торговом зале можно установить интерактивные киоски, через которые клиенты смогут заказывать товары, если их нет в наличии на полках

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее двух способов

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» 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)