

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

Харьковский Р.Г.

(подпись)

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Классики научного и практического маркетинга»
38.03.02 Менеджмент
«Маркетинг»

Разработчик:
доцент Герцик В.А.
(подпись)

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

Заведующий кафедрой Максимова Т.С.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Классики научного и практического маркетинга»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Переходная стадия между производственной ориентацией и маркетинговой:

- А) эпоха продаж
- Б) эпоха товара
- В) эпоха сервиса
- Г) эпоха взаимоотношений

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

2. Выберите один правильный ответ.

Принципы маркетинга впервые были разработаны:

- А) Ф. Котлером
- Б) С. Маккорником
- В) Т. Левиттом
- Г) Д. Кревенсом

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

3. Выберите один правильный ответ.

В качестве аргументов завершения эры массового маркетинга выдвигаются следующие положения:

- А) потребители все больше ценят свое время и не хотят тратить его на бесполезные хождения по магазинам
- Б) повышается эффективность рекламы
- В) повышается уровень приверженности избранной марке
- Г) повышаются затраты на персональную коммуникацию

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

4. Выберите один правильный ответ.

Уточните, в какой из школ маркетинга обосновывалась эффективность каналов маркетинга:

- А) функционалистической
- Б) институциональной
- В) товарной
- Г) управлеченской

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между школами развития маркетинга и объектами их исследования. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Название школы	Объект исследования
1) Товарная школа	A) Типы товаров, участвующих в обмене.
2) Функциональная школа	B) Виды деятельности в процессе обмена.
3) Институциональная школа	B) Организации, выполняющие функции, которые необходимы при движении товаров от производителей к потребителю поведенческие факторы.

Правильный ответ:

1	2	3
A	Б	В

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

2. Установите соответствие между концепциями маркетинга и их целями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Концепция маркетинга	Цель
1) Интегрированный маркетинг	A) Создать единое и последовательное сообщение для целевой аудитории.
2) Маркетинг взаимоотношений	Б) Сохранение и удержание клиентов, а также выстраивание персональных, долгосрочных и взаимовыгодных отношений с ключевыми партнёрами.
3) Социально-этичный маркетинг	В) Концентрирование деятельности всех подразделений организации на интересы потребителя. Г) Помочь служащим предоставить клиенту удовлетворяющие его услуги.

Правильный ответ:

1	2	3
A	Б	В

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

3. Установите соответствия между школами развития маркетинга и их характеристиками. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Название школы	Характеристика
1) Функциональная школа	A) Рассматривает не физические характеристики товаров, а концентрирует внимание на рассмотрении действий, совершаемых в процессе маркетинга.
2) Региональная школа	B) Рассматривает маркетинг как форму экономической деятельности, предназначенную соединить географические, или пространственные, расхождения между покупателями и продавцами.
3) Товарная школа	C) Рассматривает товар как объект взаимодействия производителей и потребителей. D) Рассматривает поведенческие факторы.

Правильный ответ:

1	2	3
A	Б	В

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

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

- А) концепция продаж
- Б) продуктовая концепция
- В) концепция маркетинга
- Г) производственная концепция
- Д) концепция социально-экономического маркетинга

Правильный ответ: Г, Б, А, В, Д.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

2. Установите правильную последовательность этапов создания общей теории маркетинга. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) обоснование науки
- Б) выделение и определение предмета исследования
- В) доказательство гносеологической ценности систематизированных понятий

Правильный ответ: Б, А, В.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

3. Установите правильную последовательность этапов развития маркетинга по Ф. Котлеру. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) ориентация на продажу
- Б) ориентация на продукт
- В) ориентация на потребителя
- Г) сегментная ориентация

Правильный ответ: Б, А, Г, В.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Предметной областью школы организационной динамики являются основные институты _____, но уже с позиций поведенческих наук.

Правильный ответ: маркетинга.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ маркетинговая политика должна предполагать партнерство правительства и бизнеса.

Правильный ответ: национальная (государственная).

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1),

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Обеспечение максимизации продаж с помощью рекламы и других методов воздействия на покупателя с целью заставить совершить покупку, называется _____ ориентацией.

Правильный ответ: сбытовой.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Дайте ответ на вопрос:

Как называется в интерпретации И. Шумпетера, «революционер в экономике и невольный зачинатель социальной и политической революции»?

Правильный ответ: предприниматель.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

2. Дайте ответ на вопрос:

Кто разделил фундаментальные потребности на пять категорий: физиологические потребности, потребности в безопасности, социальные потребности, потребности в уважении, потребности в самоактуализации?

Правильный ответ: Маслоу.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

3. Дайте ответ на вопрос:

Кто развел и популяризовал подход к комплексу маркетинга?

Правильный ответ: Ф. Котлер.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Задания открытого типа с развернутым ответом

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

Назовите период «великой депрессии» и укажите причины кризиса.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат:

Великая депрессия – мировой экономический кризис, начавшийся в 1929 и продолжавшийся до 1939 года.

Причины кризиса:

1. Цикличность рыночной экономики.

2. Нарушение традиционных хозяйственных связей из-за первой мировой войны.

3. Зависимость мировой экономики от финансовой системы США.

Критерии оценивания:

1. Указан период «великой депрессии».

2. Перечислены не менее двух причин кризиса.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

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

Назовите основоположника коммерческой деятельности в России? Перечислите преобразования в этой области.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат:

Впервые основы коммерческой деятельности в России были заложены Петром I.

Преобразования в этой области:

1. Утвердил штат браковщиков.

2. Установил одинаковые для всех весы и меры

3. Поощрял объединение купцов и отправление их детей в иноземные государства для обучения торговому делу.

4. Было даровано право всем людям без исключения свободно вести торговлю в России с уплатой умеренных пошлин.

Критерии оценивания:

1. Назван основоположник коммерческой деятельности в России.

2. Перечислены не менее двух преобразований в области коммерческой деятельности.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

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

Назовите категории холистического маркетинга и их цели.

Время выполнения 10 мин.

Ожидаемый результат:

Категории холистического маркетинга:

Интегрированный маркетинг. Цель – создать единое и последовательное сообщение для целевой аудитории.

Маркетинг взаимоотношений. Цель – сохранение и удержание клиентов, а также выстраивание персональных, долгосрочных и взаимовыгодных отношений с ключевыми партнёрами.

Внутренний маркетинг. Цель – помочь служащим предоставить клиенту удовлетворяющие его услуги.

Социально-этичный маркетинг. Цель – концентрирование деятельности всех подразделений организации на интересы потребителя.

Критерии оценивания:

1. Перечислены не менее двух категорий холистического маркетинга и их цели.

Компетенции (индикаторы): УК-1 (УК-1.1)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Классики научного и практического маркетинга» 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)