

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

«Маркетинговая товарно-инновационная политика»

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
«Маркетинговая товарно-инновационная политика»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Отсутствие прибыли на этапе выхода товара на рынок чаще всего является результатом

- А) высоких затрат на инвестиции в разработку продукта
- Б) недостаточного вложения ресурсов в различные аспекты маркетинга
- В) неудачного выбора каналов распространения товаров
- Г) высоких налогов
- Д) неэффективной реализации программы маркетинга продукта

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

1. Выберите один правильный ответ.

Уровень конкурентоспособности товара в общем виде выражается соотношением:

- А) полезного эффекта, выраженного через нормативные и технические параметры изделия, к цене потребления
- Б) качества товара к его себестоимости
- В) полезного эффекта к цене товара на рынке
- Г) полезного эффекта, выраженного через нормативные и технические параметры изделия, к себестоимости товара

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. Выберите один правильный ответ.

Точка безубыточности на кривой жизненного цикла товара символизирует достижение:

- А) пика насыщения рынка
- Б) стадии спада
- В) стадии зрелости
- Г) стадии роста

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

4. Выберите один правильный ответ.

Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- А) людей, приобретающих товар для продажи
- Б) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
- В) покупателей, приобретающих товары для личного пользования

Г) фирм-производителей товаров потребительского назначения

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

5. *Выберите один правильный ответ.*

Что такое товары повседневного спроса?

А) товары, которые покупаются регулярно и без особых раздумий

Б) товары, приобретаемые редко и после тщательного анализа

В) товары, покупка которых планируется заранее

Г) товары, предназначенные для длительного пользования

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

6. *Выберите один правильный ответ.*

Свойство продукции сохранять исправное и работоспособное, пригодное к потреблению состояние в течение и после хранения и транспортирования, является таким показателем качества товара как:

А) назначение

Б) надежность

В) экономичность

Г) долговечность

Д) безотказность

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

7. *Выберите один правильный ответ.*

Метод «мозговой атаки» используется при:

А) генерации идей нового товара

Б) экономическом анализе принятых идей новых товаров

В) позиционировании товаров на рынке

Г) нет верного ответа

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

8. *Выберите один правильный ответ.*

Если рынок уже известный, а технологии новые, имеет место:

А) коммерческий риск

Б) технологический риск

В) минимальный риск

Г) стратегия диверсификации

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

9. *Выберите один правильный ответ.*

Внесение незначительных изменений в свойства товара без каких-нибудь перемен комплекса маркетинга предусматривает;

А) стратегия «косметических» изменений

Б) неощутимое репозиционирование

В) оощутимое репозиционирование

Г) стратегия упрощения

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

10. Выберите один правильный ответ.

Успех товара на рынке имеет место тогда, когда товар:

А) приносит высокую прибыль на этапе выхода на рынок

Б) имеет уникальные технические характеристики согласно последним научным достижениям

В) становится ценностью для потребителя и предоставляет ему удовлетворение

Г) нет верного ответа

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

11. Выберите один правильный ответ.

Матрица оценки проектов новых товаров строится на основе критериев:

А) затраты на разработку и прогноз продаж

Б) ожидаемая прибыль и вероятные риски

В) привлекательность для предприятия и вероятность успеха

Г) нет верного ответа

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

12. Выберите один правильный ответ.

Согласно мировым наблюдениям соотношение успешных нововведенных среди новых товаров, которые «втягиваются спросом» и «выталкиваются лабораторией», соответственно, следующее:

А) 70% - 30%

Б) 30% - 70%

В) 50% - 50%

Г) 10% - 90%

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между основными функциями товара и их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Функции

Содержание

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1) Информационная функция | А) Благодаря товару предприятия получают прибыль, имеют конкурентные преимущества, завоевывают определенные рыночные позиции на рынке |
| 2) Функция реализации потребностей | Б) Сообщение с помощью товаров о новых научных достижениях или о существовании различных производителей |
| 3) Стимулирующая функция | В) Удовлетворение запросов и требований потребителей путем покупки товара |
| 4) Коммерческая функция | Г) Товар как источник возникновения и развития конкуренции на рынке сбыта |

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	В	Г	А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

2. Установите соответствие между уровнями качества товара в зависимости от степени удовлетворения потребностей потребителей и их характеристикой. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | Уровни качества товара | Характеристика |
|--|---|
| 1) Соответствие стандарту | А) Качество товара должно соответствовать потребностям потребителей |
| 2) Соответствие использованию | Б) Качество товара должно соответствовать не только требованиям стандартов, но и иметь заявленный функционал |
| 3) Соответствие фактическим потребностям рынка | В) Качество товара может иметь преимущество благодаря дополнительным потребительским свойствам, которые имеют скрытый характер |
| 4) Соответствие скрытым потребностям | Г) Качество товара должно соответствовать требованиям документов на изготовление продукции (государственный стандарт, технические условия, договор и т.п.). |

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	Б	А	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. Установите соответствие между характеристиками товара по модели Кано и их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | Функции | Содержание |
|-----------------------------------|--|
| 1) Базовые (ожидаемые) показатели | А) Потребителей не пугает их отсутствие, а наличие может вызвать чувства глубокого удовлетворения или наоборот безразличия |

- | | |
|---|---|
| 2) Основные (желаемые) показатели | Б) Менее важные характеристики, которые показывают вторичность этих показателей, потому что их наличие или отсутствие вызывает чувство безразличия и никак не отражается на степени удовлетворенности |
| 3) Восхищающие (привлекательные) показатели | В) Потребитель ожидает их получить по умолчанию, их наличие не вызывает никакого восхищения у потребителей, но если их нет, то у покупателей возникает чувство неудовлетворения |
| 4) Индифферентные показатели | Г) Потребитель не ожидает их получить при приобретении товара, отсутствие таких свойств не влияет на удовлетворенность потребителя, зато их наличие приводит к резкому удовлетворению |

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	А	Г	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

4. Установите соответствие между характеристиками товара по модели Кано и их содержанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | Функции | Содержание |
|-----------------------------------|--|
| 1) Функция удобства использования | А) Дизайн упаковки привлекает внимание покупателя, выделяет товар среди конкурентов и формирует положительное впечатление о бренде |
| 2) Информационная функция | Б) Красивая и привлекательная упаковка делает товар более привлекательным для покупателя |
| 3) Защитная функция | В) Упаковка должна быть удобной для транспортировки, хранения и использования |
| 4) Маркетинговая функция | Г) Упаковка защищает товар от повреждений и внешних воздействий |
| 5) Функция идентификации | Д) Упаковка несет важную информацию о товаре |
| 6) Эстетическая функция | Е) Упаковка помогает идентифицировать товар, принадлежащий определенному производителю или торговой марке |

Правильный ответ:

1	2	3	4	5	6
В	Д	Г	А	Е	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность разновидностей товаров в иерархической структуре «5 уровней товара» начиная с ядра. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) улучшенный товар
- Б) ожидаемый товар
- В) основная выгода
- Г) потенциальный товар
- Д) основной товар

Правильный ответ: В, Д, Б, А, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

2. Установите правильную последовательность этапов разработки нового продукта. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) разработка маркетинговой стратегии
- Б) отбор идей
- В) коммерциализация
- Г) генерация идей
- Д) разработка концепции продукта и ее проверка
- Е) разработка непосредственно продукта
- Ж) анализ бизнеса
- З) пробный маркетинг

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

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. Установите правильную последовательность этапов разработки инноваций с учетом маркетинговой составляющей. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) анализ экономической эффективности инновации
- Б) отбор выявленных идей
- В) принятие решения о внедрении инновации в производство на основе программы маркетинга
- Г) разработка инновации
- Д) систематизация идей

Правильный ответ: Д, Б, А, Г, В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это маркетинговая деятельность предприятия, которая связана с реализацией стратегических и тактических мер по формированию конкурентоспособного товарного предложения на основе внедрения инноваций с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли.

Правильный ответ: маркетинговая товарно-инновационная политика

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это совокупность функциональных и маркетинговых атрибутов, которые воспринимаются и оцениваются потребителями, отображают систему выгод для них, выступают средством удовлетворения потребностей потребителей в процессе приобретения, потребления и владения.

Правильный ответ: товар.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это мера полезности и способности товара выполнять свои функции для удовлетворения потребностей потребителей.

Правильный ответ: уровень качества товара

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это результат превышения нормальных ожиданий и требований покупателя неожиданными ценностями (гостиница - свечи в номере, минеральная вода; поезд - телефонная связь, телевизор)

Правильный ответ: восхищение

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это совокупность свойств товара, которые характеризуют его назначение, особенности, полезность и дают возможность удовлетворять конкретную потребность потребителей.

Правильный ответ: качество товара

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

6. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это совокупность выгод, которую получают потребители в процессе покупки и эксплуатации (потребления) товара.

Правильный ответ: потребительская ценность товара

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

7. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это цена, которая составляется из цены товара и затрат потребителя на эксплуатацию товара в период всего его срока службы

Правильный ответ: цена потребления

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

8. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это относительная и обобщенная характеристика товара, выражающая его выгодные отличия от товара конкурента по степени удовлетворения потребности и по затратам на ее удовлетворение.

Правильный ответ: конкурентоспособность товара

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

9. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это стратегия товара, заключающаяся в изменении свойств и характеристик товара, причем старый товар исключается из производственной программы

Правильный ответ: вариация

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Напишите пропущенное словосочетание.*

Функциональные ценности товаров можно определить с помощью _____, сущность которой состоит в определении реакции потребителей на характеристики товаров, которые отображают данные ценности.

Правильный ответ: модели Кано

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

2. *Напишите пропущенные слова (словосочетания).*

Рыночный период существования товара начинается этапом _____ и заканчивается этапом _____.

Правильный ответ: выхода на рынок, спада

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. *Напишите пропущенное словосочетание.*

Результат научно-технической деятельности (новация) превращается в инновацию с момента _____.

Правильный ответ: выхода на рынок

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

4. *Напишите пропущенное слово.*

Технологические инновации, которые имеют целью создание и применение новой технологии, относят к _____ инновациям.

Правильный ответ: процессным

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

5. Напишите пропущенное слово.

Производственная фирма решила расширить сферу применения товара, существенным образом не изменяя потребительские свойства. В данном случае использована товарная стратегия _____.

Правильный ответ: модификации

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

6. Напишите пропущенные слова.

Процесс выведения новации на рынок принято называть _____, а период времени между появлением новации и ее реализацией на рынке, называется _____..

Правильный ответ: коммерциализацией, инновационным лагом

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите основные направления маркетинговой товарно-инновационной политики и раскройте цели каждого из них.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

- 1) планирование новой продукции. Цели: прорыв на новые рынки. достижение преимуществ перед конкурентами. получение высоких доходов;
- 2) модифицирование (усовершенствование) товара. Цели: усиление внимания потребителей к товару. расширение рынка, увеличение доходов и прибыли;
- 3) обслуживание товара. Цели: обеспечение и поддержание соответствующих характеристик товаров, которые внедрены на рынок и пользуются спросом у потребителей;
- 4) элиминация товара. Цели: оптимизация ассортимента, выведение с рынка товара, спрос на который падает

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырёх направлений, в каждом направлении указана хотя-бы одна цель

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите виды потребительской ценности товаров и раскройте их сущность.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

- 1) функциональная, сущность: выгода, которую получает потребитель в процессе его эксплуатации, от технического совершенства товара и степени воплощения в нем самых новых научных достижений;
- 2) экономическая, сущность: выгода, которую получает потребитель в процессе покупки и эксплуатации товара от его способности минимизировать цену потребления;

3) эмоциональная, сущность: выгода, которую получает потребитель в процессе покупки и эксплуатации товара от его способности вызвать позитивные или негативные эмоции и чувства

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трёх видов, верно раскрыта сущность каждого вида

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите четыре стадии жизненного цикла товара (ЖЦТ) и напишите основные маркетинговые мероприятия на каждой из указанных стадий.

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

1) стадия выхода на рынок, маркетинговые мероприятия: создание осведомленности о товаре среди целевой аудитории, проведение рекламных кампаний для привлечения внимания, ценообразование может быть высоким для создания премиального имиджа или низким для быстрого захвата рынка, ограниченные продажи продукта через каналы сбыта, чтобы оценить спрос

2) стадия роста, маркетинговые мероприятия: поддержание стабильной рыночной позиции и конкурентоспособности, усиление рекламы и продвижения для увеличения доли рынка, расширение каналов сбыта и увеличение доступности товара, возможное снижение цен для стимулирования спроса;

3) стадия зрелости; маркетинговые мероприятия: реализация продукции через широкий круг торговых представителей, разработка стратегий удержания клиентов, включая программы лояльности, сегментация рынка и акцент на конкретные группы потребителей, введение улучшений или модификаций продукта, рынка, комплекса маркетинга для удержания интереса потребителей;

4) стадия спада, маркетинговые мероприятия: возможно снижение затрат на производство для сохранения маржи прибыли, сокращение расходов на рекламу и продвижение, пересмотр ассортимента продукции, исключение нерентабельных товаров, переориентация на новые рынки или ниши, рассмотрение вариантов ребрендинга или модернизации продукта для продления его жизни

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырёх стадий, указано не менее трёх маркетинговых мероприятий

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

4. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите три основные стратегии модификации, которые используются на стадии зрелости жизненного цикла товара (ЖЦТ) и раскройте их сущность.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

1) модификация рынка, стратегия, направлена на расширение существующих рынков сбыта для уже существующего товара с целью увеличения объема

сбыта путем поиска новых сегментов потребителей или расширения географии продаж;

2) модификация товара, стратегия подразумевает внесение изменений в сам продукт для улучшения его характеристик, внешнего вида или функциональности с целью поддержания интереса потребителей и усиления конкурентных преимуществ;

3) модификация комплекса маркетинга, стратегия подразумевает изменение одного или нескольких элементов комплекса маркетинга (например, улучшение характеристик товара, корректировка ценовой политики, оптимизация каналов распределения, изменение подходов к рекламе и коммуникациям), чтобы в целом улучшить результаты деятельности предприятия

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трёх стратегий, раскрыта сущность каждой стратегии

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3, ПК-3.4)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинговая товарно-инновационная политика» 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)