

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Код и наименование дисциплины:	Б.1.О.15 Маркетинг
Специальность (направление подготовки):	23.03.01 Технология транспортных процессов
Специализация (профиль):	Технология и организация транспортных и транспортно-логистических процессов и систем
Кафедра:	Кафедра электромеханических объектов водного транспорта (Казанский филиал)

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ (ПО ЧЕТЫРЕХ
БАЛЛЬНОЙ И БИНАРНОЙ СИСТЕМЕ) ПО ВИДАМ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Наименование оценочного средства	Форма контроля	НЕЗАЧТЕНО	ЗАЧТЕНО		
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Зачет	Промежуточная аттестация	Обучающийся демонстрирует фрагментарные знания основных разделов дисциплины, его базовых понятий и фундаментальных проблем. Слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, имеются затруднения в изложении материала, допущены грубые ошибки и незнание терминологии, отсутствуют ответы на дополнительные вопросы, необходимые умения и навыки			Обучающийся демонстрирует знание основных разделов дисциплины, его базовых понятий и фундаментальных проблем; приобретены необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний, не допустил фактических ошибок при ответе, достаточно последовательно и логично изложен теоретический материал, допущены лишь незначительные нарушения последовательности изложения и некоторые неточности
Тест	Промежуточная аттестация	0-49% правильных ответов	50-69% правильных ответов	70-89% правильных ответов	90-100% правильных ответов
Доклад	Текущий	Доклад	Обучающийся	По своим	Обучающийся

	контроль	подготовлен обучающимся по одному источнику информации, либо не соответствует теме	испытывает трудности в подборе материала, его структурировании. Пользуется, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме доклада. Материал излагает не последовательно, не устанавливает логические связи, затрудняется в формулировке выводов	характеристика м доклад соответствует характеристика м отличного ответа, но обучающийся может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в докладе	полно и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, культуру мышления, использует материал из дополнительных источников, интернет ресурсы. Доклад носит исследовательский характер. Использует наглядный материал (презентация)
--	----------	--	--	---	---

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ РАСКРЫТИЯ ИНДИКАТОРОВ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Компетенции:

- **ОПК-2.** Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом экономических, экологических и социальных ограничений
- **ПК-1.** Способность к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта: подготовке и заключению договоров с потребителями транспортно-логистических услуг; приёму, оформлению и сдаче грузов; подготовке и оформлению коммерческих и транспортных документов; разработке технических регламентов по обеспечению качества перевозок.

Знания	Умения	Владения
ОПК-2.3.1: Нормативно-правовые документы, законодательные акты в области транспорта, а также национальные и международные документы, регламентирующие использование цифровых технологий в области транспорта ПК-1.3.1: Основы коммерческой деятельности на объектах транспорта.	ОПК-2.У.1: Применять правовые нормы, регламентирующие экономические, экологические и социальные ограничения, в том числе учитывающие правовые аспекты и проблемы использования интеллектуальных транспортных систем, на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов, в процессе осуществления профессиональной деятельности ПК-1.У.1: Оформлять коммерческие и транспортные документы	ОПК-2.В.1: Навыками учёта правовых норм, регламентирующих экономические, экологические и социальные ограничения, в том числе правовые аспекты и проблем использования интеллектуальных транспортных систем, на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов, в процессе осуществления профессиональной деятельности ПК-1.В.1: Способами организации эффективной коммерческой работы на объектах транспорта

ДОКЛАД

Контролируемые компетенции: ОПК-2.3.1 ОПК-2.У.1 ОПК-2.В.1 ПК-1.3.1 ПК-1.У.1 ПК-1.В.1 ПК-1.3.2 ПК-1.У.2 ПК-1.В.2

Инструкция: Подготовьте доклад на одну из предложенных тем. Объем доклада — 10-15 страниц печатного текста. Доклад должен содержать введение, основную часть, заключение и список использованных источников. Защита доклада проходит в устной форме с презентацией (рекомендуется).

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ПО РАЗДЕЛУ 1. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Тема 1.1. Сущность маркетинга

План доклада:

1. Понятие маркетинга, его сущность и содержание.
2. Основные принципы и функции маркетинга.
3. Цели и задачи маркетинговой деятельности.
4. Роль маркетинга в управлении транспортным предприятием.
5. Заключение: значение маркетинга для эффективной коммерческой работы.

Тема 1.1.1. Эволюция теории маркетинга

План доклада:

1. Этапы развития маркетинга как науки.
2. Концепции маркетинга (производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая, социально-этическая).
3. Эволюция маркетинговых подходов на транспорте.
4. Современные тенденции развития маркетинга.
5. Заключение: влияние эволюции маркетинга на транспортную отрасль.

Тема 1.1.2. Современная концепция маркетинга применительно к этапам жизненного цикла продуктов, ТТМ и комплексов

План доклада:

1. Современная концепция маркетинга: основные положения.
2. Понятие жизненного цикла продукта.
3. Этапы жизненного цикла транспортно-технологических машин (ТТМ) и комплексов.
4. Маркетинговые стратегии на каждом этапе жизненного цикла.
5. Заключение: значение учета жизненного цикла в маркетинговой деятельности.

Тема 1.2. Маркетинговая среда на предприятиях транспорта

План доклада:

1. Понятие маркетинговой среды.
2. Микросреда маркетинга на транспорте.
3. Макросреда маркетинга на транспорте.
4. Факторы внешней и внутренней среды транспортного предприятия.
5. Заключение: влияние маркетинговой среды на деятельность транспортного предприятия.

Тема 1.3. Маркетинговые исследования с учетом экологических, экономических и социальных ограничений

План доклада:

1. Понятие и цели маркетинговых исследований.
2. Методы маркетинговых исследований на транспорте.
3. Экологические ограничения в работе транспортно-технологических машин.
4. Экономические ограничения в маркетинговой деятельности.
5. Социальные ограничения и их влияние на маркетинг.
6. Заключение: учет ограничений в маркетинговых исследованиях.

Тема 1.4. Рынок и его классификация. Подготовка и заключение договоров с потребителями транспортно-логистических услуг

План доклада:

1. Понятие и классификация рынков.
2. Рынок транспортно-логистических услуг.
3. Сегментирование рынка транспортных услуг.
4. Подготовка и заключение договоров с потребителями.
5. Виды договоров в транспортно-логистической деятельности.
6. Заключение: особенности коммерческой работы на транспорте.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ПО РАЗДЕЛУ 2. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Тема 2.1. Товарная политика. Жизненный цикл товара

План доклада:

1. Товарная политика: понятие и значение.
2. Товар в маркетинге: классификация транспортных услуг.
3. Жизненный цикл товара и его этапы.
4. Маркетинговые стратегии на каждом этапе жизненного цикла.
5. Разработка новых транспортных услуг.
6. Заключение: роль товарной политики в транспортном маркетинге.

Тема 2.2. Ценовая политика. Обоснование стоимости на услуги транспорта

План доклада:

1. Ценовая политика: понятие и цели.
2. Методы ценообразования на транспортные услуги.
3. Факторы, влияющие на цену транспортных услуг.
4. Стратегии ценообразования на транспорте.
5. Обоснование стоимости транспортных услуг.
6. Заключение: значение ценовой политики для конкурентоспособности.

Тема 2.3. Коммуникационная политика. Подготовка коммерческих и транспортных документов

План доклада:

1. Коммуникационная политика: понятие и инструменты.
2. Система маркетинговых коммуникаций на транспорте.
3. Реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи.
4. Подготовка коммерческих и транспортных документов.
5. Электронный документооборот на транспорте.
6. Заключение: роль коммуникаций в продвижении транспортных услуг.

Тема 2.4. Политика продвижения. Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок

План доклада:

1. Политика продвижения: цели и задачи.
2. Инструменты продвижения транспортных услуг.
3. Брендинг в транспортной отрасли.
4. Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок.
5. Качество транспортных услуг как фактор конкурентоспособности.
6. Заключение: взаимосвязь продвижения и качества услуг.

Тема 2.5. Формирование спроса и стимулирование сбыта

План доклада:

1. Формирование спроса: понятие и методы.
2. Стимулирование сбыта на транспорте.
3. Инструменты стимулирования сбыта (скидки, акции, бонусы).
4. Управление спросом на транспортные услуги.
5. Оценка эффективности стимулирования сбыта.
6. Заключение: значение стимулирования сбыта для увеличения объемов перевозок.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ПО РАЗДЕЛУ 3. ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 3.1. Стратегический маркетинг и его аспекты

План доклада:

1. Понятие стратегического маркетинга.
2. Основные аспекты стратегического маркетинга.
3. Стратегический маркетинговый анализ на транспорте.
4. Разработка маркетинговых стратегий.
5. Оценка эффективности стратегического маркетинга.
6. Заключение: роль стратегического маркетинга в развитии транспортного предприятия.

Тема 3.2. Процесс стратегического планирования на объектах транспорта

План доклада:

1. Понятие и этапы стратегического планирования.
2. Анализ внешней и внутренней среды.
3. Формулирование миссии и целей транспортного предприятия.
4. Разработка стратегических планов.
5. Реализация и контроль стратегических планов.
6. Заключение: особенности стратегического планирования на транспорте.

Тема 3.3. Анализ маркетинга на объектах транспорта

План доклада:

1. Цели и задачи маркетингового анализа.
2. Анализ рынка транспортных услуг.
3. Анализ конкурентов.
4. Анализ потребителей транспортных услуг.
5. SWOT-анализ транспортного предприятия.
6. Заключение: роль маркетингового анализа в принятии решений.

Тема 3.4. План маркетинга

План доклада:

1. Понятие плана маркетинга и его структура.
2. Разделы плана маркетинга.
3. Бюджетирование маркетинговых мероприятий.
4. Контроль и оценка эффективности плана маркетинга.
5. Разработка плана маркетинга для транспортного предприятия.
6. Заключение: значение плана маркетинга для управления предприятием.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ПО РАЗДЕЛУ 4. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ

Тема 4.1. Организация службы маркетинга на предприятиях транспорта

План доклада:

1. Организационные структуры службы маркетинга.
2. Функции маркетинговой службы на транспорте.
3. Взаимодействие службы маркетинга с другими подразделениями.
4. Требования к персоналу службы маркетинга.
5. Оценка эффективности работы службы маркетинга.
6. Заключение: особенности организации маркетинга на транспорте.

Тема 4.2. Контроль маркетинга

План доклада:

1. Понятие и цели контроля маркетинга.
2. Виды контроля маркетинга.
3. Контроль маркетинговой деятельности на транспорте.
4. Показатели оценки эффективности маркетинга.
5. Корректировка маркетинговых планов по результатам контроля.
6. Заключение: значение контроля для повышения эффективности маркетинга.

ТЕСТЫ

ТЕСТ ПО КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-2

Контролируемые компетенции: ОПК-2.3.1, ОПК-2.У.1, ОПК-2.В.1

Инструкция: Прочитайте внимательно задание. Выберите один правильный ответ (в заданиях 1-5), установите соответствие (задание 6), выберите несколько вариантов (задания 7-8) или дайте развернутый ответ (задания 9-10).

БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ (задания 1-5)

Задание 1. Что такое жизненный цикл продукта?

- А) Период времени, в течение которого продукт существует на рынке
- Б) Период производства продукта
- В) Период разработки продукта
- Г) Период утилизации продукта

Задание 2. Какие этапы включает жизненный цикл продукта?

- А) Внедрение, рост, зрелость, спад
- Б) Разработка, производство, продажа
- В) Закупка, перевозка, хранение
- Г) Планирование, организация, контроль

Задание 3. Что такое экологические ограничения в работе транспортно-технологических машин?

- А) Ограничения, связанные с воздействием на окружающую среду
- Б) Ограничения по стоимости
- В) Ограничения по скорости
- Г) Ограничения по весу

Задание 4. Что такое социальные ограничения на транспорте?

- А) Ограничения, связанные с безопасностью и условиями труда
- Б) Ограничения по стоимости
- В) Ограничения по скорости
- Г) Ограничения по весу

Задание 5. Какие факторы относятся к экономическим ограничениям?

- А) Стоимость и рентабельность
- Б) Цвет транспортного средства
- В) Скорость движения
- Г) Количество колес

ПОВЫШЕННЫЙ УРОВЕНЬ (задания 6-8)

Задание 6. Установите соответствие между этапом жизненного цикла продукта и его характеристикой:

Этап жизненного цикла	Характеристика
1. Внедрение	А. Стабильные продажи, максимальная прибыль
2. Рост	Б. Появление продукта на рынке, рост продаж
3. Зрелость	В. Быстрый рост продаж и прибыли
4. Спад	Г. Снижение продаж и прибыли

Ответ:

Задание 7. (Выберите несколько вариантов). Какие ограничения учитываются при осуществлении профессиональной деятельности на транспорте?

- А) Экономические
- Б) Экологические
- В) Социальные
- Г) Цветовые
- Д) Эстетические

Задание 8. (Выберите несколько вариантов). Какие факторы учитываются при использовании транспортно-технологических машин и комплексов?

- А) Расход топлива
- Б) Выбросы в атмосферу
- В) Уровень шума
- Г) Цвет машины
- Д) Условия труда персонала

ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ (задания 9-10)

Задание 9. (Ситуационная задача). Транспортная компания планирует приобретение новой партии транспортно-технологических машин. Опишите, какие экологические, экономические и социальные ограничения необходимо учесть при выборе машин. Как этапы жизненного цикла машин влияют на принятие решения?

Задание 10. (Теоретический вопрос). Опишите этапы жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов. Как маркетинговые стратегии изменяются на каждом этапе жизненного цикла? Приведите примеры из практики транспортной отрасли.

КЛЮЧИ (ЭТАЛОНЫ) ДЛЯ ТЕСТА ПО ОПК-2:

№ задания	Правильный ответ / Критерии оценивания
1	А
2	А
3	А
4	А
5	А
6	1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г
7	А, Б, В
8	А, Б, В, Д
9	Эталон ответа: 1. Экологические: выбросы, шум, утилизация. 2. Экономические: стоимость, эксплуатационные расходы. 3. Социальные: безопасность, условия труда. 4. Учет этапов жизненного цикла: на этапе приобретения важны стоимость и соответствие нормам.
10	Эталон ответа: 1. Этапы: разработка, внедрение, рост, зрелость, спад. 2. Стратегии: на этапе внедрения — информирование; роста — расширение; зрелости — удержание; спада — вывод с рынка.

ТЕСТ ПО КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1

Контролируемые компетенции: ПК-1.3.1, ПК-1.У.1, ПК-1.В.1

Инструкция: Прочитайте внимательно задание. Выберите один правильный ответ (в заданиях 1-5), установите соответствие (задание 6), выберите несколько вариантов (задания 7-8) или дайте развернутый ответ (задания 9-10).

БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ (задания 1-5)

Задание 1. Что такое коммерческая работа на объектах транспорта?

- А) Деятельность по организации перевозок, заключению договоров и оформлению документов
- Б) Деятельность по ремонту транспорта
- В) Деятельность по строительству транспорта
- Г) Деятельность по страхованию

Задание 2. Какой документ является основным при организации перевозки грузов?

- А) Договор перевозки
- Б) Трудовой договор
- В) Договор аренды
- Г) Договор страхования

Задание 3. Что такое транспортная накладная?

- А) Документ, подтверждающий прием груза к перевозке
- Б) Документ о продаже груза
- В) Документ о страховании груза
- Г) Документ о качестве груза

Задание 4. Что такое технический регламент по обеспечению качества перевозок?

- А) Документ, устанавливающий требования к качеству перевозок
- Б) Договор перевозки
- В) Инструкция по эксплуатации
- Г) Правила продажи билетов

Задание 5. Какие документы оформляются при перевозке пассажиров?

- А) Билет и багажная квитанция
- Б) Транспортная накладная
- В) Коносамент
- Г) Договор фрахтования

ПОВЫШЕННЫЙ УРОВЕНЬ (задания 6-8)

Задание 6. Установите соответствие между видом документа и его назначением:

Вид документа	Назначение
1. Договор перевозки	А. Подтверждение права на перевозку
2. Транспортная накладная	Б. Регулирование прав и обязанностей сторон
3. Коносамент	В. Подтверждение приема груза на морском транспорте
4. Билет	Г. Подтверждение приема груза к перевозке

Ответ:

Задание 7. (Выберите несколько вариантов). Какие документы оформляются при перевозке грузов?

- А) Транспортная накладная
- Б) Коносамент

- В) Договор перевозки
- Г) Сертификат качества
- Д) Трудовой договор

Задание 8. (Выберите несколько вариантов). Что включает в себя эффективная коммерческая работа на объектах транспорта?

- А) Подготовку и заключение договоров
- Б) Прием, оформление и сдачу грузов
- В) Оформление коммерческих и транспортных документов
- Г) Ремонт транспортных средств
- Д) Разработку технических регламентов по обеспечению качества перевозок

ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ (задания 9-10)

Задание 9. (Ситуационная задача). Транспортная компания заключает договор на перевозку груза. Составьте проект договора перевозки. Укажите существенные условия договора, права и обязанности сторон, порядок расчетов и ответственность.

Задание 10. (Теоретический вопрос). Опишите порядок оформления коммерческих и транспортных документов при перевозке грузов на водном транспорте. Какие документы оформляются? Каковы требования к их оформлению?

КЛЮЧИ (ЭТАЛОНЫ) ДЛЯ ТЕСТА ПО ПК-1:

№ задания	Правильный ответ / Критерии оценивания
1	А
2	А
3	А
4	А
5	А
6	1-Б, 2-Г, 3-В, 4-А
7	А, Б, В, Г
8	А, Б, В, Д
9	Эталон ответа: 1. Существенные условия: предмет, сроки, стоимость, порядок расчетов, ответственность. 2. Права и обязанности сторон. 3. Проект договора составляется по установленной форме.
10	Эталон ответа: 1. Документы: коносамент, транспортная накладная, договор перевозки. 2. Требования: полнота информации, подписи сторон, соответствие нормативным актам.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

Контролируемые компетенции: ОПК-2 (З.1, У.1, В.1), ПК-1 (З.1, У.1, В.1)

Раздел 1. Основы маркетинга как инструмент эффективной коммерческой работы

1. Сущность маркетинга: понятие, цели, задачи, принципы.
2. Эволюция теории маркетинга: основные этапы и концепции.
3. Современная концепция маркетинга применительно к этапам жизненного цикла продуктов.
4. Маркетинговая среда на предприятиях транспорта: микросреда и макросреда.
5. Маркетинговые исследования с учетом экологических, экономических и социальных ограничений.
6. Рынок и его классификация.
7. Подготовка и заключение договоров с потребителями транспортно-логистических услуг.
8. Роль маркетинга в эффективной коммерческой работе на объектах транспорта.

Раздел 2. Комплекс маркетинга

9. Товарная политика: понятие и значение на транспорте.
10. Жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии на его этапах.
11. Ценовая политика: понятие, цели, методы ценообразования.
12. Обоснование стоимости на услуги транспорта.
13. Коммуникационная политика: инструменты и их применение на транспорте.
14. Подготовка коммерческих и транспортных документов.
15. Политика продвижения: цели, задачи, инструменты.
16. Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок.
17. Формирование спроса и стимулирование сбыта транспортных услуг.
18. Инструменты стимулирования сбыта на транспорте.

Раздел 3. Планирование маркетинговой деятельности

19. Стратегический маркетинг и его аспекты.
20. Процесс стратегического планирования на объектах транспорта.
21. Анализ маркетинга на объектах транспорта (SWOT-анализ, PEST-анализ).
22. План маркетинга: структура, содержание, разработка.
23. Бюджетирование маркетинговых мероприятий.
24. Контроль и оценка эффективности плана маркетинга.

Раздел 4. Управление маркетингом на предприятиях транспорта

25. Организация службы маркетинга на предприятиях транспорта.
26. Функции маркетинговой службы и их взаимодействие с другими подразделениями.
27. Контроль маркетинга: понятие, виды, показатели.
28. Оценка эффективности маркетинговой деятельности на транспорте.
29. Корректировка маркетинговых планов по результатам контроля.

30. Современные тенденции развития маркетинга на транспорте.