

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кузнецова Эмилия Васильевна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 10.12.2025 20:58:26
Уникальный программный ключ:
01e176f1d1...
Рассмотрен и одобрен на заседании

Публичное образовательное учреждение высшего образования
«Региональный институт бизнеса и управления»

Рассмотрено и одобрено на заседании

Ученого совета Протокол № 8 от 17
апреля 2023 года, с изменениями и
дополнениями, одобренными протоколами
Ученого совета №23/24-02 от 26 января
2024 года, №25/6 от 21 апреля 2025 года,
№25/11 от 28 ноября 2025 года

УТВЕРДЖЕНО

Проректор по учебно-воспитательной
работе и качеству образования

Ю.Н.Паничкин

«28» ноября 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
к рабочей программе дисциплины

Маркетинг

Направление подготовки: **23.03.01 Технология транспортных процессов**

Направленность подготовки (профиль): **Организация перевозок и безопасность движения**

Уровень программы: **бакалавриат**

Форма обучения: **очная**

Для оценки сформированности компетенций:

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

ИУК-10.1 Знает:

- методы определения эффективности технических средств и технологий

ИУК-10.2 Умеет:

- применять методы определения эффективности технических средств и технологий при решении профессиональных задач

ИУК-10.3 Владеет:

- навыками оценки уровня эффективности и безопасности применяемых технических средств и технологий при решении профессиональных задач

г.Рязань
2025 г.

Закрытые задания на установление соответствия

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите соответствие

Профессиональная компетенция УК-10

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 1: Установите соответствие между ключевыми понятиями «философии рынка» и их краткими характеристиками:

- А) Ориентация на продукт
- Б) Ориентация на продажи
- В) Ориентация на рынок (маркетинг)
- Г) Социально-этичный маркетинг

1. Удовлетворение потребностей клиентов наилучшим образом с учётом интересов общества.
2. Сосредоточенность на агрессивном стимулировании сбыта и достижении краткосрочных результатов.
3. Продуктово-технологический подход — предполагает, что «качественный продукт» сам найдёт покупателя.
4. Глубокое понимание нужд и запросов целевой аудитории для долгосрочных отношений.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

| А | Б | В | Г |
|---|---|---|---|
| | | | |

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 2: Установите соответствие между типами экономических решений и подходами в маркетинге:

- А) Максимизация краткосрочной прибыли
- Б) Формирование лояльной клиентской базы
- В) Изучение долгосрочных общественных тенденций
- Г) Разработка уникального ценностного предложения

1. Социальный маркетинг, направленный на формирование положительного влияния на общество и природу.
2. Построение CRM-системы и программ лояльности для повторных продаж.
3. Акцент на резкое увеличение продаж в сжатые сроки, возможны агрессивные методы продвижения.
4. Глубокое изучение потребностей рынка и создание конкурентного преимущества.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

| | | | |
|---|---|---|---|
| А | Б | В | Г |
|---|---|---|---|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 3: Установите соответствие между основными компонентами маркетинговой информационной системы и их назначением:

- А) Внутренние отчёты
- Б) Маркетинговая разведка (market intelligence)
- В) Маркетинговые исследования
- Г) Аналитические системы (системы обработки данных)

1. Сбор данных из внешних источников, анализ открытых публикаций, отслеживание действий конкурентов.
2. Текущая информация о продажах, движении товаров, затратах и прибыли внутри компании.
3. Проведение специализированных опросов, фокус-групп, экспериментов для получения углублённой информации.
4. Статистическая и математическая обработка данных, построение прогнозов и моделей.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

| | | | |
|---|---|---|---|
| А | Б | В | Г |
| | | | |

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 4: Установите соответствие между возможностями МИС и экономическими результатами, которые они могут обеспечить при правильном применении:

- А) Автоматизация отчётности (дашборды в реальном времени)
- Б) Глубокий анализ клиентской базы (CRM-модули)
- В) Прогнозирование продаж и моделирование спроса
- Г) Мониторинг внешних факторов (конкуренты, рыночные тенденции)

1. Позволяют компании корректировать ассортимент и объёмы производства в зависимости от сезонных или рыночных колебаний, снижая затраты.
2. Даёт возможность быстро принимать решения, видеть актуальные финансовые и маркетинговые показатели без задержек.
3. Обеспечивает персонализированную работу с клиентами, сокращает отток, повышает рентабельность за счёт повторных продаж.
4. Помогает вовремя реагировать на появление новых конкурентов и тенденций, снижая риск неправильного выбора стратегического направления.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

| | | | |
|---|---|---|---|
| А | Б | В | Г |
|---|---|---|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 5: Установите соответствие между видами маркетинговых исследований и практическими задачами, которые они решают:

- А) Экспериментальное исследование
- Б) Кабинетное (вторичное) исследование
- В) Полевое (первичное) исследование
- Г) Панельное (продолжительное во времени) исследование

1. Изучение собранных кем-то данных (отраслевые отчёты, статистика) для анализа тенденций и прогнозов.
2. Постоянный сбор информации от одной и той же группы (покупателей, магазинов), чтобы отслеживать динамику поведения.
3. Сбор новых данных «с нуля» (опросы, интервью, наблюдения) для решения конкретной проблемы.
4. Проверка гипотез в контролируемых условиях — например, разный уровень цены в двух группах и сравнение результата.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

| | | | |
|---|---|---|---|
| А | Б | В | Г |
| | | | |

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Правильный вариант ответа |
|---------------|---------------------------|
| 1 | 3241 |
| 2 | 3214 |
| 3 | 2134 |
| 4 | 2314 |
| 5 | 4132 |

Закрытые задания на установление последовательности

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите последовательность

Профессиональная компетенция УК-10

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 1: Определите **правильную последовательность** основных шагов при формировании **рыночной философии** в организации, стремящейся принимать обоснованные экономические решения:

Варианты ответа (буквы):

- А) Анализ конкурентных преимуществ
- Б) Определение потребностей целевой аудитории
- В) Формирование концепции ориентированного на рынок управления
- Г) Оценка доступных ресурсов и потенциальной выгоды

Запишите соответствующую последовательность цифр **слева направо:**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 2: Расположите по порядку **основные действия** руководителя, внедряющего **маркетинговую ориентацию** в компании для повышения экономической эффективности:

Варианты ответа (цифры):

1. Подготовка персонала и обучение маркетинговому мышлению
2. Анализ текущих бизнес-процессов на предмет ориентации на клиента
3. Сбор и систематизация информации о рынке (потребители, конкуренты)
4. Внедрение изменений в структуру и показатели KPI

Запишите соответствующую последовательность цифр **слева направо:**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 3: Определите **правильную последовательность** действий при создании **маркетинговой информационной системы (МИС)**, обеспечивающей принятие экономически обоснованных решений:

Варианты ответа (буквы):

- А) Определение перечня собираемых данных (о клиентах, рынке)
- Б) Выбор технологий хранения и анализа (CRM, аналитические модули)
- В) Подготовка персонала для работы с МИС
- Г) Настройка регулярных отчётов и мониторинга ключевых показателей

Запишите соответствующую последовательность цифр **слева направо:**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Установите корректный порядок **оценки эффективности** МИС в компании, стремящейся принимать обоснованные экономические решения:

Варианты ответа (цифры):

1. Сбор и проверка корректности вводимых маркетинговых данных
2. Сравнение полученных данных с плановыми показателями (продажи, прибыль)
3. Анализ отклонений и причин ошибок или искажений
4. Корректировка системы (настройки сбора, форма отчётности)

Запишите соответствующую последовательность цифр **слева направо:**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 5: Определите правильную последовательность **проведения маркетингового исследования** для оценки экономической целесообразности запуска нового продукта:

Варианты ответа (буквы):

- А) Формулирование целей исследования
- Б) Сбор и анализ первичной информации
- В) Выводы о рентабельности (сформированная модель)
- Г) Определение методов исследования (качественные, количественные)

Запишите соответствующую последовательность цифр **слева направо:**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Правильный вариант ответа |
|---------------|---------------------------|
| 1 | БГАВ |
| 2 | 3214 |
| 3 | АБВГ |
| 4 | 1234 |
| 5 | АГБВ |

Открытые задания с развернутым ответом

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Профессиональная компетенция УК-10

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 1: Что такое «узнаваемость бренда» (brand awareness) в маркетинге?

Поле для ответа:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 3 мин.

Задание 2: Что такое «сегментирование рынка» и для чего оно необходимо?

Поле для ответа:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 3: Как компания может управлять имиджем и репутацией бренда в онлайн-среде?

Поле для ответа

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Как маркетинговые исследования помогают определять потенциал рынка для нового продукта?

Поле для ответа:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 5: В чём разница между «ориентацией на продукт» и «ориентацией на рынок (клиента)» в концепциях маркетинга?

Поле для ответа:

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Ответ |
|---------------|--|
| 1 | Узнаваемость бренда показывает, насколько хорошо бренд «запечатлён» в памяти аудитории и как быстро люди идентифицируют его среди конкурентов. |
| 2 | Сегментирование рынка — это разделение рынка на более узкие группы (сегменты) потребителей со схожими признаками и потребностями, чтобы точнее удовлетворять спрос каждого сегмента. |
| 3 | Регулярно создавать позитивный контент, взаимодействовать с аудиторией в социальных сетях и оперативно реагировать на негативные отзывы. |
| 4 | Исследования выявляют реальные потребности аудитории, оценивают спрос, анализируют конкурентное окружение и дают прогноз продаж. |
| 5 | Ориентация на продукт предполагает, что качественный товар «сам найдёт покупателя», а ориентация на рынок фокусируется на потребностях клиентов и конкурентных условиях при создании и продвижении товара. |

Закрытые задания с выбором одного правильного ответа

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст, выберите все правильные ответы

Профессиональная компетенция УК-10

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 1: Вопрос (закрытый, один правильный ответ):

Какова главная цель маркетинга, рассматриваемого как «философия рынка»?

Варианты ответа: А) Максимизация продаж без учёта потребностей клиентов.
Б) Создание товара на основе имеющихся производственных возможностей.
В) Определение и удовлетворение потребностей целевых потребителей эффективнее, чем это делают конкуренты.
Г) Сокращение расходов на рекламу для увеличения чистой прибыли.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 2: Какое утверждение **наиболее полно** отражает суть социально-этичного маркетинга?

Варианты ответа: А) Повышение краткосрочной прибыли путём агрессивных продаж, независимо от мнения общества.
Б) Ориентация на удовлетворение текущих потребностей без учёта будущих поколений.
В) Гармонизация интересов потребителей, общества и прибыли компании в долгосрочной перспективе.
Г) Предоставление продукта исключительно премиум-класса для повышения статуса бренда.

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 3: Какая составляющая маркетинговой информационной системы (МИС) предназначена прежде всего для сбора данных о конкурентной среде из открытых источников?

Варианты ответа: А) Внутренние отчёты компании.
Б) Аналитические модули статистической обработки.
В) Маркетинговая разведка (market intelligence).
Г) Результаты экспериментальных исследований.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 4: Какую прямую экономическую выгоду может принести компании внедрение полноценной МИС (маркетинговой информационной системы)?

Варианты ответа:

А) Увеличение налогообложения и проверок со стороны государственных органов.
Б) Сокращение сроков принятия решений и снижение потерь от неэффективных каналов продвижения.
В) Полное устранение необходимости в затратах на исследования рынка.
Г) Гарантированная защита от всех видов конкурентных угроз.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 5: Какова основная цель проведения маркетингового исследования при выводе нового продукта на рынок?

- Варианты ответа:** А) Получить как можно больше разрозненных данных, чтобы впечатлить инвесторов объёмом информации.
Б) Определить оптимальные каналы продвижения и позиционирования на целевых сегментах.
В) Убедиться, что потребители уже знакомы с данным продуктом.
Г) Полностью исключить риск неудачного запуска

Ответ:

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Ответ |
|---------------|-------|
| 1 | В |
| 2 | В |
| 3 | В |
| 4 | Б |
| 5 | Б |
| | |

Закрытые задания с выбором нескольких вариантов ответа

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст, выберите правильный ответ

Профессиональная компетенция УК-10

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 1: Какие характеристики описывают маркетинг как философию рынка?

Варианты ответа:

- А) Центрирование на потребностях и интересах целевого рынка.
Б) Игнорирование внешней среды и ориентация лишь на производство.
В) Гармонизация экономических интересов компании и общества.
Г) Упор на формирование высокой узнаваемости бренда при минимизации обратной связи с клиентами.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 2: Какие утверждения верно характеризуют «социально-этичный маркетинг»?

Варианты ответа:

- А) Предполагает пренебрежение прибылью ради исключительно общественных интересов.
- Б) Ставит на первый план сочетание интересов потребителей, компании и общества в долгосрочной перспективе.
- В) Ориентируется на достижение быстрой выгоды за счёт агрессивных скидок.
- Г) Учитывает экологические и социальные аспекты при разработке и продвижении продукта.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 3: Какие функции выполняет маркетинговая информационная система (МИС) в современной компании?

Варианты ответа:

- А) Сбор и структурирование данных о продажах и клиентах.
- Б) Полная автоматическая замена стратегического управления без участия людей.
- В) Мониторинг конкурентной среды и рыночных тенденций.
- Г) Формирование аналитических отчётов для принятия решений.

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 4: Какие из перечисленных преимуществ могут быть получены при правильном внедрении МИС?

Варианты ответа:

- А) Ускорение обработки данных и более оперативное принятие решений.
- Б) Полная защита от всех возможных экономических рисков на рынке.
- В) Сокращение лишних затрат на малоэффективные каналы продвижения.
- Г) Возможность формировать сценарное прогнозирование («что, если...»).

Ответ:

Индикатор: ИУК-10.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 5: Какие задачи обычно решаются при проведении маркетинговых исследований?

Варианты ответа:

- А) Определение оптимальной цены и выявление ценовой эластичности.

- Б) Точное предсказание колебаний фондового рынка на ближайшие 5 лет.
В) Изучение портрета целевой аудитории и анализ потребительских предпочтений.
Г) Оценка эффективности рекламных кампаний по разным каналам.

Ответ:

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Ответ |
|------------------|-------|
| 1 | АВ |
| 2 | БГ |
| 3 | АВГ |
| 4 | АВГ |
| 5 | АВГ |