

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кузнецова Эмилия Васильевна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 11.12.2025 00:40:05
Уникальный программный ключ:
01e176f1d70ae109e92d86b7d8f33ec82fbb87d6

**Частное 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

УТВЕРЖЕНО

Проректор по учебно-воспитательной
работе и качеству образования



Ю.Н.Паничкин

«28» ноября 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Маркетинг»

Направление подготовки / специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) / специализация «Международный менеджмент»

Для оценки сформированности компетенции:

ОПК-4: «Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.»

ОПК-4.1: Знает основные методики построения бизнес-планов.

ОПК-4.2: Умеет выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов учетом имеющихся ресурсов.

ОПК-4.3: Владеет практический опыт разработки бизнес- планов проектов и направлений бизнеса

Закрытые задания на установление соответствия

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите соответствие

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Базовый)

Время на ответ: 1 мин.

Задание 1: Соотнесите основные цели маркетинговых исследований (левая колонка) с описанием того, как они используются в бизнес-планировании (правая колонка).

| Цели | описание |
|--------------------------------|---|
| 1. Оценка потенциала рынка | •А) Определение фактического и потенциального спроса, чтобы понять, стоит ли выходить на рынок. |
| 2. Анализ конкурентной среды | •Б) Определение ключевых характеристик и потребностей клиентов, чтобы правильно позиционировать продукт. |
| 3. Выявление целевой аудитории | •В) Изучение стратегий конкурентов и их сильных сторон, чтобы сформировать собственное конкурентное преимущество. |
| 4. Прогнозирование продаж | •Г) Расчёт динамики сбыта будущего продукта в разных условиях развития рынка. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

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

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Базовый)

Время на ответ: 2 мин.

Задание 2: Установите соответствие между видами маркетинговых исследований (слева) и их краткими характеристиками (справа).

| Виды | Характеристики |
|--------------------------------|--|
| 1. Качественные исследования | •А) Анализ имеющихся в открытом доступе или внутренних источников информации без прямого контакта с респондентами. |
| 2. Количественные исследования | •Б) Сбор первичных данных путём опросов, наблюдений, экспериментов; непосредственный контакт с респондентами. |
| 3. Кабинетные исследования | •В) Небольшие выборки, глубинные интервью, фокус-группы для понимания |

| | |
|-------------------------|--|
| | мотивации и поведения. |
| 4. Полевые исследования | •Г) Большие выборки, статистические методы, проверка гипотез на репрезентативных данных. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

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

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Базовый)

Время на ответ: 1 мин.

Задание 3: Соотнесите основные элементы структуры службы маркетинга (слева) с их функциями (справа).

| Элементы | Функции |
|--------------------------------------|---|
| 1. Аналитический отдел | •А) Изучение статистики рынка, конкурентов, сегментов, подготовка отчётов и прогнозов. |
| 2. Отдел продвижения (PR и реклама) | •Б) Разработка рекламных кампаний, взаимодействие со СМИ, создание контента и поддержка имиджа компании. |
| 3. Отдел по работе с клиентами (CRM) | •В) Поддержка отношений с клиентами, обработка отзывов, формирование лояльности и удержание потребителей. |
| 4. Отдел продуктового маркетинга | •Г) Развитие и позиционирование продукта, управление ассортиментом, ценообразование. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

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

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Базовый)

Время на ответ: 2 мин.

Задание 4: Установите соответствие между инструментами оценки эффективности маркетинговой службы (слева) и кратким описанием их сути (справа):

| Инструменты | Описание |
|---|---|
| 1. ROMI (Return on Marketing Investment) | А) Доля рынка, занимаемая компанией относительно основных конкурентов. |
| 2. Market Share Analysis (Анализ рыночной доли) | Б) Коэффициент, показывающий, какая часть потенциальных клиентов переходит к фактической покупке. |
| 3. Customer Lifetime Value | В) Отношение прибыли, полученной от маркетинговых |

| | |
|-------------------------|--|
| (CLV) | вложений, к сумме инвестиций в маркетинг. |
| 4. Conversion Rate (CR) | Г) Расчёт совокупной ценности клиента за всё время взаимодействия с компанией. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

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

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Базовый)

Время на ответ: 1 мин.

Задание 5: Соотнесите элементы макросреды, рассмотренные в анализе PEST (слева), и характерные для них примеры факторов (справа).

| Элементы | Примеры |
|------------------------|---|
| 1. Политические (Р) | А) Уровень доходов населения, инфляция, безработица, налоговые ставки. |
| 2. Экономические (Е) | Б) Законодательные нормы, таможенные пошлины, политическая стабильность. |
| 3. Социальные (S) | В) Автоматизация производства, появление новых цифровых платформ. |
| 4. Технологические (Т) | Г) Изменение демографического состава, культурные ценности, тренды поведения. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

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

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Правильный вариант ответа |
|---------------|---------------------------|
| 1 | 1324 |
| 2 | 3412 |
| 3 | 1234 |
| 4 | 2413 |
| 5 | 2143 |

Закрытые задания на установление последовательности

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите последовательность

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 1 : Определите правильную последовательность действий при определении целей и задач маркетингового исследования в рамках подготовки бизнес-плана.

Варианты ответа:

- А) Формулировка задачи исследования
- Б) Определение ожидаемых результатов
- В) Уточнение целей исследования
- Г) Выделение ключевых гипотез

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

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

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Средняя(Повышенный)

Время на ответ: 4 мин.

Задание 2: Выберите правильную последовательность этапов при обосновании рыночных предпосылок для нового проекта в бизнес-плане (с акцентом на теоретические основы маркетинговых исследований).

Варианты ответов:

- А) Анализ теоретических подходов и моделей
- Б) Формирование выводов по результатам анализа
- В) Постановка проблемы
- Г) Определение исходной гипотезы относительно рыночного потенциала

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

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

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 3: Выберите оптимальную последовательность шагов при формировании маркетинговой службы, ориентированной на поиск новых рыночных возможностей.

Варианты ответа:

- А) Анализ имеющихся внутренних ресурсов предприятия
- Б) Формирование целей и задач маркетингового отдела
- В) Оценка потенциальных точек роста на рынке
- Г) Определение структуры и распределение обязанностей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

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

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Повышенный)

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Установите правильный порядок действий при оптимизации существующей службы маркетинга для улучшения способов выявления рыночных возможностей.

Варианты ответов:

- А) Аудит компетенций персонала
- Б) Определение потребности в перераспределении бюджета
- В) Внедрение КРІ для оценки результативности
- Г) Пересмотр текущих бизнес-процессов

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

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

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 5: Определите правильную последовательность шагов при анализе макро- и микросреды предприятия для подготовки бизнес-плана.

Варианты ответов:

- А) Анализ PEST-факторов (политические, экономические, социальные, технологические)
- Б) Изучение факторов прямого воздействия
- В) Определение ключевых угроз и возможностей
- Г) Рекомендации по корректировке бизнес-плана

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

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

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Правильный вариант ответа |
|---------------|---------------------------|
| 1 | В → А → Г → Б |
| 2 | В → А → Г → Б |
| 3 | А → Б → Г → В |
| 4 | А → Г → В → Б |
| 5 | А → Б → В → Г |

Открытые задания с развернутым ответом

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

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 1: Что такое «маркетинговое исследование» и какова его главная цель при создании бизнес-плана?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 2: Как компания может определить наиболее перспективный сегмент рынка в рамках маркетингового исследования?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Средняя(Повышенный)

Время на ответ: 4 мин.

Задание 3: В чём разница между централизованной и децентрализованной структурой службы маркетинга?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Повышенный)

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Какие виды отделов (или функций) обычно включают в структуру маркетинговой службы на современном предприятии?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Повышенный)

Время на ответ: 3 мин.

Задание 5: Почему изменение в макросреде (например, экономический кризис) может быстро повлиять на сбытовые показатели компании?

Поле для ответа:

Ключи к заданиям

| Номер вопроса | Ответ (развернутое обоснование) |
|---------------|--|
| 1 | Маркетинговое исследование — это целенаправленная деятельность, связанная с систематическим сбором, обработкой и анализом данных, направленных на изучение рынка, поведения потребителей, конкурентной среды и экономических условий. Маркетинговое исследование помогает понять целевой рынок, предпочтения и поведение потребителей, конкуренцию. |
| 2 | Компания может определить наиболее перспективный сегмент рынка в рамках маркетингового исследования, проведя анализ рынка, сегментацию, выявив ключевые для исследования группы и определив, сколько прибыли приносит каждая из групп. |
| 3 | При централизованном подходе один отдел маркетинга управляет стратегией и кампаниями всего предприятия, обеспечивая единство политики, но меньше учитывая местную специфику. Децентрализованная модель даёт подразделениям больше свободы адаптировать маркетинговую политику к региональным потребностям, однако усложняет контроль и координацию. |
| 4 | В структуру маркетинговой службы на современном предприятии включают отдел исследований, PR-отдел, CRM-отдел и отдел продукт-менеджмента. |
| 5 | Изменения в макросреде оказывают сильное влияние на сбытовые показатели компании по нескольким причинам: экономические спады и колебания, политические изменения и демографические сдвиги. Любые изменения в макросреде быстро отражаются на сбыте компании, вынуждая её оперативно адаптироваться к новым условиям и корректировать стратегию развития. |

Закрытые задания с выбором одного правильного ответа.

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 1: Какова основная цель проведения маркетингового исследования в рамках бизнес-планирования?

Варианты ответа:

1. Определение возможностей снижения налоговых выплат
2. Выявление ключевых факторов успеха и рисков на рынке
3. Установление полного контроля над дистрибуцией
4. Создание резервного плана закупки сырья

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Высокий)

Время на ответ: 8 мин.

Задание 2: Какой из перечисленных инструментов чаще всего используют, чтобы определить целесообразность выхода на новый рынок?

Варианты ответа:

- 1.Регламент проведения внутренних совещаний
- 2.SWOT-анализ
- 3.Формирование оргструктуры предприятия
- 4.Оптимизация складских запасов

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.1

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 3: Какой основной фактор следует учитывать в первую очередь при формировании маркетинговой службы в малом предприятии?

Варианты ответа:

- 1.Структуру конкурентов на рынке
- 2.Особенности организационной культуры
- 3.Бюджет и кадровые ресурсы
- 4.Уровень технической оснащённости

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 4: Что входит в «микросреду» предприятия согласно классической маркетинговой теории?

Варианты ответа:

- 1.Государственное законодательство в области лицензирования
- 2.Основные международные экономические тенденции
- 3.Поставщики, конкуренты, потребители, посредники
- 4.Политико-правовая обстановка в стране

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 5: Что входит в «макросреду» предприятия согласно классической маркетинговой теории?

Варианты ответа:

1. Внутренние «законы» компании
2. Внутренние ресурсы компании (кадровый резерв, финансовые ресурсы, инфраструктура и технология)
3. Поставщики, конкуренты, потребители, посредники
4. Политико-правовая обстановка в стране

Ответ:**Ключи к заданиям**

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

Закрытые задания с выбором нескольких вариантов ответа.

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст, выберите все правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4**Индикатор: ИОПК-4.1****Сложность: Низкая(Высокий)****Время на ответ: 5 мин.**

Задание 1: Какие задачи решает маркетинговое исследование при подготовке бизнес-плана?

Варианты ответа:

- А) Оценка потенциального спроса и объёма рынка
- Б) Полный контроль над деятельностью конкурентов
- В) Формирование плана рекламной кампании с учётом целевой аудитории
- Г) Выявление рисков, связанных с поведением потребителей

Ответ:**Индикатор: ИОПК-4.1****Сложность: Средняя(Высокий)****Время на ответ: 8 мин.**

Задание 2: Какие из перечисленных факторов чаще всего проверяют с помощью маркетингового исследования перед запуском нового товара на рынок?

Варианты ответа:

- А) Спрос и тенденции отрасли
- Б) Финансовую отчётность конкурентов в разрезе 10 лет
- В) Поведение целевой аудитории (стиль жизни, мотивы покупки)
- Г) Основные каналы дистрибуции, доступные компании

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 3: Какие из перечисленных факторов наиболее влияют на выбор структуры службы маркетинга на предприятии?

Варианты ответа:

- А) Тип производимой продукции или оказываемых услуг
- Б) Размер и организационно-правовая форма предприятия
- В) Индивидуальные предпочтения каждого сотрудника маркетингового отдела
- Г) География и масштаб сбыта

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.2

Сложность: Средняя(Высокий)

Время на ответ: 8 мин.

Задание 4: Какие методы чаще всего используют для оценки эффективности маркетинговой службы?

Варианты ответа:

- А) Финансовый аудит всей компании
- Б) ROMI (Return on Marketing Investment)
- В) Анализ доли рынка и динамики продаж
- Г) Внутренний аудит кадрового резерва

Ответ:

Индикатор: ИОПК-4.3

Сложность: Низкая(Высокий)

Время на ответ: 5 мин.

Задание 5: Что из нижеперечисленного относится к макросреде предприятия?

Варианты ответа:

- А) Инфляция и общий уровень доходов населения
- Б) Профиль конкурирующего продукта на витрине магазина

В) Культурные и демографические тенденции общества

Г) Договора на поставку материалов от локальных поставщиков

Ответ:

Ключи к заданиям

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