

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 44.03.01 Педагогическое образование

Наименование образовательной программы: Русский язык как иностранный

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Морфология**

**Москва
2025**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А. Сергеева

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А.
Сергеева

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А.
Сергеева

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ОПК-4 Способен осуществлять духовно-нравственное воспитание обучающихся на основе базовых национальных ценностей

ИД-2 Осуществляет отбор диагностических средств для определения уровня сформированности духовнонравственных ценностей

2. ОПК-5 Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении

ИД-2 Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся

3. ОПК-7 Способен взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ

ИД-1 Проводит отбор и применение форм, методов и технологий взаимодействия и сотрудничества участников образовательных отношений в урочной деятельности, внеурочной деятельности и коррекционной работе в рамках реализации образовательных программ

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Индивидуальное задание - Конкурентный анализ (Индивидуальный проект)
2. Контрольная работа №1 (Контрольная работа)
3. Контрольная работа №3 (Контрольная работа)
4. РГР SWOT анализ (Расчетно-графическая работа)

БРС дисциплины

2 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Контрольная работа №1 (Контрольная работа)
КМ-2 РГР SWOT анализ (Расчетно-графическая работа)
КМ-3 Контрольная работа №3 (Контрольная работа)
КМ-4 Индивидуальное задание - Конкурентный анализ (Индивидуальный проект)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %			
	Индекс	КМ-	КМ-	КМ-

	КМ:	1	2	3	4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Маркетинг как современная концепция бизнеса					
Теоретические аспекты маркетинга	+				
Маркетинговая среда	+				
Маркетинговая информация	+				
Маркетинговые исследования		+			
Комплексное исследование товарного рынка		+			
Сегментирование рынка		+			
Основные механизмы продвижения товара на рынок и организация маркетинговой деятельности					
Товар в системе маркетинга			+		
Цена в системе маркетинга			+		
Каналы распределения товаров, товародвижение			+		
Маркетинговые коммуникации					+
Планирование маркетинговой деятельности					+
Организация деятельности маркетинговых служб					+
Контроль маркетинга					+
Вес КМ:		25	25	25	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ОПК-4	ИД-2 _{ОПК-4} Осуществляет отбор диагностических средств для определения уровня сформированности духовнонравственных ценностей	Знать: Аналитические методы для оценки эффективности маркетинговой деятельности в организациях Уметь: Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности	КМ-1 Контрольная работа №1 (Контрольная работа) КМ-3 Контрольная работа №3 (Контрольная работа)
ОПК-5	ИД-2 _{ОПК-5} Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся	Знать: Ключевые понятия и теоретическую концепцию маркетинга Уметь: Анализировать уровень качества и факторы конкурентоспособности на основе комплексного анализа	КМ-2 РГР SWOT анализ (Расчетно-графическая работа) КМ-4 Индивидуальное задание - Конкурентный анализ (Индивидуальный проект)
ОПК-7	ИД-1 _{ОПК-7} Проводит отбор	Знать:	КМ-2 РГР SWOT анализ (Расчетно-графическая работа)

	и применение форм, методов и технологий взаимодействия и сотрудничества участников образовательных отношений в урочной деятельности, внеурочной деятельности и коррекционной работе в рамках реализации образовательных программ	Методы и средства выявления и формирования спроса потребителей, сбора, обработки и анализа маркетинговой информации Уметь: Выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных программ	КМ-4 Индивидуальное задание - Конкурентный анализ (Индивидуальный проект)
--	--	---	---

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Контрольная работа №1

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты письменно дают ответы на вопросы контрольной работы.

Краткое содержание задания:

Дайте письменный ответ на контрольные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: Аналитические методы для оценки эффективности маркетинговой деятельности в организациях	1.1. Перечислите основные принципы маркетинговой деятельности (минимум 3) 2.1. Перечислите основные виды маркетинга (минимум 3) 3. Назовите основные направления исследования рынка.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 100

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на все вопросы контрольной работы

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на 4 вопроса контрольной работы

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на 3 вопроса контрольной работы

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: студент не дает правильные ответы на 3 и более вопросов контрольной работы

КМ-2. PGP SWOT анализ

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Расчетно-графическая работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студент проводит SWOT анализ выбранного предприятия.

Краткое содержание задания:

Необходимо выбрать любое предприятие и провести оценку его деятельности методом SWOT анализа

Предложить свои рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия с учетом проведенного анализа

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: Ключевые понятия и теоретическую концепцию маркетинга	1.оцените сильные стороны предприятия (минимум 5)
Знать: Методы и средства выявления и формирования спроса потребителей, сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	1.оцените слабые стороны предприятия (минимум 5)

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 100

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет полный и развернутый анализ деятельности предприятия, предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет краткий анализ деятельности предприятия, предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет краткий анализ деятельности предприятия, не предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" выставляется студенту, который не выполнил условия, предполагающие оценку "Удовлетворительно".

КМ-3. Контрольная работа №3

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты письменно дают ответы на вопросы контрольной работы.

Краткое содержание задания:

Дайте письменный ответ на контрольные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: Анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать	1.1. Назовите уровни товара в маркетинге и дайте им краткую

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
предложения по повышению их эффективности	характеристику 2.1. Назовите направления расширения товарного ассортимента и дайте их краткую характеристику 3.1. Основные характеристики товарной номенклатуры

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 100

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на все вопросы контрольной работы

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на 4 вопроса контрольной работы

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: студент дает правильные ответы на 3 вопроса контрольной работы

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: студент не дает правильные ответы на 3 и более вопросов контрольной работы

КМ-4. Индивидуальное задание - Конкурентный анализ

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Индивидуальный проект

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студент выполняет письменное задание с последующей защитой на практическом занятии.

Краткое содержание задания:

Необходимо выбрать любое предприятие, выявить основных конкурентов (2-3 шт.) и провести сравнительный анализ их деятельности по ключевым критериям.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: Анализировать уровень качества и факторы конкурентоспособности на основе комплексного анализа	1.предложить рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия на основе проведенного анализа
Уметь: Выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных программ	1.выявить основных конкурентов 2.провести сравнение деятельности конкурентов по определенным критериям

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 100

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет полный и развернутый анализ деятельности предприятия и конкурентов, предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет краткий анализ деятельности предприятия и конкурентов, предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: студент представляет краткий анализ деятельности предприятия и конкурентов, не предлагает четкие и развернутые рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" выставляется студенту, который не выполнил условия, предполагающие оценку "Удовлетворительно".

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой _____2021 г.
	НИУ «МЭИ»	
	Кафедра РСИД	
	Дисциплина Основы маркетинга ГПИ	
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №2		
1. Маркетинг, как производственно-сбытовая концепция управления.		
2. Изучение потребителя и его покупательских предпочтений в системе маркетинга.		
Преподаватель потока		Жохова П.Е.

Процедура проведения

Проводится в устной форме по билетам. Время на подготовку ответа 40 минут. Студент должен дать полный, информативный ответ по вопросам билета.

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ОПК-4} Осуществляет отбор диагностических средств для определения уровня сформированности духовнонравственных ценностей

Вопросы, задания

- 1.1. Маркетинг, его сущность, содержание.
- 2.2. Маркетинг, как производственно-сбытовая концепция управления.
- 3.3. Основные функции маркетинга и содержание маркетинговой работы.

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.1. Назовите основные цели маркетинга:

Ответы:

- a) формирование и стимулирование спроса
- b) обеспечение обоснованности принимаемых управленческих решений и планов работы компании
- c) увеличение объемов продаж, рыночной доли и прибыли
- d) все вышеперечисленное

Верный ответ: d

2. 2. Сегментация рынка это:

Ответы:

- a) выделение групп потенциальных партнеров для совместных маркетинговых акций
- b) выделение групп потребителей с однородным характером спроса и однотипной реакцией на маркетинговое воздействие
- c) выделение групп потребителей с неоднородным характером спроса и разной реакцией на маркетинговое воздействие

Верный ответ: b

- 3.3. SWOT анализ нужен для:

Ответы:

- a) определения потенциального спроса на товар фирмы
- b) определения целевой аудитории фирмы
- c) определения конкурентных преимуществ и недостатков фирмы

Верный ответ: c

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ОПК-5} Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся

Вопросы, задания

- 1.4. Основные характеристики товара в маркетинге.
- 2.5. Классификация товарных групп в системе маркетинга
- 3.6. Жизненный цикл товара и его фазы.

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.4. Основные виды маркетинга (выберите лишний):

Ответы:

- a) инновационный
- b) прямой
- c) ценовой
- d) стратегический
- e) социальный

Верный ответ: c

- 2.5. Внешняя макросреда маркетинга это:

Ответы:

- a) комплекс условий организации бизнеса и маркетинговой деятельности фирмы в конкретном рыночном пространстве.
- b) группы фирм, организаций или отдельных лиц, которые имеют непосредственные связи или прямое отношение к обеспечению успешного бизнеса и маркетинговой работы фирмы

Верный ответ: a

- 3.6. Внутренняя микросреда маркетинга это:

Ответы:

- a) комплекс условий организации бизнеса и маркетинговой деятельности фирмы в конкретном рыночном пространстве.
- b) группы фирм, организаций или отдельных лиц, которые имеют непосредственные связи или прямое отношение к обеспечению успешного бизнеса и маркетинговой работы фирмы

Верный ответ: b

3. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{ОПК-7} Проводит отбор и применение форм, методов и технологий взаимодействия и сотрудничества участников образовательных отношений в урочной деятельности, внеурочной деятельности и коррекционной работе в рамках реализации образовательных программ

Вопросы, задания

- 1.7. Основные направления в изучении товара маркетинговыми службами.
- 2.8. Составляющие понятия качества товара в системе маркетинга.
- 3.9. Понятие конкурентоспособности товара и его составляющие.

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.7. В контактные аудитории фирмы входят (выберите лишнее):

Ответы:

- a) финансовые круги
- b) средства массовой информации
- c) государственные учреждения
- d) сотрудники фирмы
- e) общественные организации

Верный ответ: d

2.8. Конкурентоспособность товара это:

Ответы:

- a) совокупность характеристик продукта и сопутствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей потребителя, по уровню затрат на его приобретение и эксплуатацию
- b) способность товара соответствовать ожиданиям потребителей, способность товара быть проданным
- c) оба определения верны

Верный ответ: c

3.9. Виды конкуренции (выберите лишнее):

Ответы:

- a) предметная
- b) видовая
- c) функциональная
- d) количественная
- e) ценовая
- f) неценовая

Верный ответ: d

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "ОТЛИЧНО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 85%

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "ХОРОШО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 75%. При ответе допустил незначительные ошибки и не показал необходимой полноты знаний.

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 50%. При ответе допустил значительные неточности и не показал полноты знаний.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" выставляется студенту, который не выполнил условия, предполагающие оценку "Удовлетворительно".

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Итоговая оценка выставляется в соответствии с оценкой промежуточной аттестации.