

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

**Направление подготовки/специальность: 13.04.02 Электроэнергетика и электротехника
Наименование образовательной программы: Управление проектами в электроэнергетике
Уровень образования: высшее образование - магистратура
Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы
по дисциплине
Маркетинговая деятельность в электроэнергетике**

**Москва
2021**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Хренов С.И.
	Идентификатор	Rd055d891-KhrenovSI-e14cb00c

(подпись)

С.И. Хренов

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Аграпонова Н.Л.
	Идентификатор	R5cb2904d-DemchenkoNL-737fe09

(подпись)

Н.Л.

Аграпонова

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Хренов С.И.
	Идентификатор	Rd055d891-KhrenovSI-e14cb00c

(подпись)

С.И. Хренов

(расшифровка
подписи)

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. ПК-1 Способен осуществлять организационно- управленческое сопровождение проектирования и эксплуатации объектов электроэнергетики

ИД-4 Демонстрирует знания в области управления проектами, разработки комплексной финансовой модели и управления персоналом на объектах электроэнергетики

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа "Маркетинговые исследования" (Контрольная работа)
2. Контрольная работа "Основные положения маркетинговой деятельности" (Контрольная работа)
3. Контрольная работа "Сегментация рынка" (Контрольная работа)
4. Тест "Комплексная оценка знаний по итогам семестра" (Тестирование)

БРС дисциплины

1 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	10	15
общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности					
общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности		+			+
современные маркетинговые концепции управления предприятием					
современные маркетинговые концепции управления предприятием		+			+
маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации					
маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации			+		
организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике					
организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике				+	
комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики					

комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики				+
Вес КМ:	20	25	25	30

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

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
ПК-1	ИД-4ПК-1 Демонстрирует знания в области управления проектами, разработки комплексной финансовой модели и управления персоналом на объектах электроэнергетики	Знать: основные источники информации о маркетинговой деятельности организации основные концепции маркетинга Уметь: самостоятельно проводить сбор информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики	Контрольная работа "Основные положения маркетинговой деятельности" (Контрольная работа) Контрольная работа "Маркетинговые исследования" (Контрольная работа) Контрольная работа "Сегментация рынка" (Контрольная работа) Тест "Комплексная оценка знаний по итогам семестра" (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Контрольная работа "Основные положения маркетинговой деятельности"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: вариант задания выдается студентам в аудитории либо высылается почтой ОСЭП. За 20 минут обучающиеся должны в письменном виде подготовить ответ на вопросы и сдать на проверку преподавателю (при дистанционном формате обучения ответ высылается в виде фото-отчета или отсканированного решения почтой ОСЭП)

Краткое содержание задания:

Проверка знаний студентов по теме “Основные положения маркетинговой деятельности” в виде контрольной работы, состоящей из трех вопросов

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные источники информации о маркетинговой деятельности организации	1.Сформулируйте и запишите основные задачи маркетинга 2.Сформулируйте основные функции маркетинга 3.Дайте определение “Маркетинга” 4.Каков состав рынка товаров промышленного назначения?
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Отлично", если ответы на все вопросы представлены верно и аргументированно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Хорошо", если ответы на вопросы раскрыты не полно или с небольшими замечаниями

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценка "Удовлетворительно", если ответы на вопросы раскрыты неполно и с грубыми ошибками

КМ-2. Контрольная работа "Маркетинговые исследования"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: вариант задания выдается студентам в аудитории либо высылается почтой ОСЭП. За 30 обучающиеся должны в письменном виде подготовить ответ на вопросы и сдать на проверку преподавателю (при дистанционном

формате обучения ответ высылается в виде фото-отчета или отсканированного решения почтой ОСЭП)

Краткое содержание задания:

проверка знаний студентов по теме “Маркетинговые исследования” в виде контрольной работы, состоящей из двух вопросов

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: самостоятельно проводить сбор информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований	1.Концерн «Х» производит электрооборудование. При формировании стратегии развития поставлена задача выхода на имеющийся рынок с новой линейкой продукции. Основные поставки предполагаются потребителям Москвы. Для реализации стратегии необходимо провести маркетинговые исследования. Составьте план проведения маркетингового исследования для определения спроса 2.Концерн «Х» производит электрооборудование. При формировании стратегии развития поставлена задача выхода на имеющийся рынок с новой линейкой продукции. Основные поставки предполагаются потребителям Москвы. Для реализации стратегии необходимо провести маркетинговые исследования. Предложите вид проводимого маркетингового исследования
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Отлично", если ответы на все вопросы представлены верно и аргументированно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Хорошо", если ответы на вопросы раскрыты не полно или с небольшими замечаниями

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценка "Удовлетворительно", если ответы на вопросы раскрыты неполно и с грубыми ошибками

КМ-3. Контрольная работа "Сегментация рынка"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: вариант задания выдается студентам в аудитории било высылается почтой ОСЭП. За 40 минут обучающиеся должны в письменном виде подготовить ответ на вопросы и сдать на проверку преподавателю (при

дистанционном формате обучения ответ высылается в виде фото-отчета или отсканированного решения почтой ОСЭП)

Краткое содержание задания:

проверка знаний студентов по теме “Сегментация рынка” в виде контрольной работы, состоящей из двух вопросов

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики	1. Крупное промышленное предприятие работает на рынке электротехнической продукции более 15-ти лет и планирует выпускать цифровые трансформаторы тока и напряжения. С целью уточнения функциональных характеристик планируемой к производству электротехнической продукции, необходимых потребителю и определение групп потребителей, специалисты отдела маркетинга компании планируют провести сегментацию потребителей. Вопрос: Проведите сегментацию потребителей, ориентируясь на электротехнические компании Москвы и Московской области 2. Крупное промышленное предприятие работает на рынке электротехнической продукции более 15-ти лет и планирует выпускать цифровые трансформаторы тока и напряжения. С целью уточнения функциональных характеристик планируемой к производству электротехнической продукции, необходимых потребителю и определение групп потребителей, специалисты отдела маркетинга компании планируют провести сегментацию потребителей, специалисты отдела маркетинга компании планируют провести сегментацию потребителей. Вопрос: обоснуйте выбор критериев сегментирования.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Отлично", если ответы на все вопросы представлены верно и аргументированно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценку "Хорошо", если ответы на вопросы раскрыты не полно или с небольшими замечаниями

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: контрольная работа считается выполненной на оценка "Удовлетворительно", если ответы на вопросы раскрыты неполно и с грубыми ошибками

КМ-4. Тест "Комплексная оценка знаний по итогам семестра"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: вариант задания выдается студентам в аудитории либо высылается почтой ОСЭП. За 80 минут обучающиеся должны в письменном виде подготовить ответ на вопросы и сдать проверку преподавателю (при дистанционном формате обучения ответ высылается в виде фото-отчета или отсканированного решения почтой ОСЭП)

Краткое содержание задания:

Проверка знаний студентов по теме “Комплексная оценка знаний по итогам семестра” в виде тестирования

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные источники информации о маркетинговой деятельности организации	1.Что такое прямой маркетинг? 1 продажа товаров с помощью почты, телефона 2 продажа товаров с помощью баннеров 3 положительное представление товара в масс-медиа
Знать: основные концепции маркетинга	1.Что входит в Портфель товаров? 1 Весь ассортимент товаров данной фирмы 2 Товар с гарантийным обслуживанием 3 Товар с УДТ 2.Что включает понятие “продукта”? 1 Товар и услуга 2 Товар 3 Услуга 3.Перечислите, из чего состоит отрасль промышленного назначения 1 фирмы-производители товаров 2 покупатели, приобретающие товары для личного пользования 3 компании, приобретающие товары для их дальнейшей реализации 4.Какой способ из перечисленного можно отнести к каналам личной коммуникации? 1 общение одного лица с аудиторией 2 прямая почтовая реклама 3 реклама по телевидению 5.Что такое диверсификация? 1 выход старого товара на новый рынок 2 выход нового товара на старый рынок 3 выход нового товара на новый рынок 6.С помощью каких методов исследований можно собрать данные о числе покупателей? 1 качественные 2 количественные 7.С помощью каких методов исследований можно собрать данные об отношении покупателей к продавцам магазина? 1 качественные

	2 количественные 8. Что такое “Сущность” товара? 1 конкретные характеристики товара 2 удовлетворяемая им потребность 3 преимущество перед конкурентами 9. Что входит в понятие “Стратегия”? 1 кратчайший путь, который организация выбирает для достижения целей 2 реализуемые цели предприятия 3 критерий принятия потребителем решения о покупке
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: тестирование считается выполненным на оценку "Отлично", если даны правильные ответы не менее чем на 90% вопросов теста

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: тестирование считается выполненным на оценку "Хорошо", если даны правильные ответы не менее чем на 75% вопросов теста

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: тестирование считается выполненным на оценку "Удовлетворительно", если даны правильные ответы не менее чем на 50% вопросов теста

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

Сформулируйте и запишите основные задачи маркетинга

Процедура проведения

Проводится в устной форме по билетам в виде подготовки и изложения развернутого ответа. Время на подготовку составляет 60 мин

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-4_{ПК-1} Демонстрирует знания в области управления проектами, разработки комплексной финансовой модели и управления персоналом на объектах электроэнергетики

Вопросы, задания

1. Сформулируйте и запишите основные задачи маркетинга
2. Что такое маркетинговая среда?
3. Расскажите о SWOT-анализе
4. Какие виды анализа товара известны?
5. Что есть товар?
6. Что представляет собой “транзакционный маркетинг”?
7. Что означает “Маркетинг взаимоотношений”?
8. Каков состав рынка товаров промышленного назначения?
9. Сформулируйте основные функции маркетинга
10. Сформулируйте основные концепции маркетинга

Материалы для проверки остаточных знаний

1. с помощью каких методов исследований можно собрать данные об отношении покупателей к продавцам магазина

Ответы:

- 1 качественные
- 2 количественные

Верный ответ: 1

2. с помощью каких методов исследований можно собрать данные о числе покупателей

Ответы:

- 1 качественные
- 2 количественные

Верный ответ: 2

3. Что такое диверсификация

Ответы:

- 1 выход старого товара на новый рынок
- 2 выход нового товара на старый рынок
- 3 выход нового товара на новый рынок

Верный ответ: 3

4. Какой способ из перечисленного можно отнести к каналам личной коммуникации

Ответы:

- 1 общение одного лица с аудиторией
- 2 прямая почтовая реклама
- 3 реклама по телевидению

Верный ответ: 1

5. что такое прямой маркетинг

Ответы:

- 1 продажа товаров с помощью почты, телефона
- 2 продажа товаров с помощью баннеров
- 3 положительное представление товара в масс-медиа

Верный ответ: 1

6. перечислите, из чего состоит отрасль промышленного назначения

Ответы:

- 1 фирмы-производители товаров
- 2 покупатели, приобретающие товары для личного пользования
- 3 компании, приобретающие товары для их дальнейшей реализации

Верный ответ: 1

7. Что включает понятие “продукта”

Ответы:

- 1 товар и услуга
- 2 товар
- 3 услуга

Верный ответ: 1

8. Что входит в Портфель товаров

Ответы:

- 1 весь ассортимент товаров данной фирмы
- 2 товар с гарантийным обслуживанием
- 3 товар с УДТ

Верный ответ: 1

9. Что такое “Сущность” товара

Ответы:

- 1 конкретные характеристики товара
- 2 удовлетворяемая им потребность
- 3 преимущество перед конкурентами

Верный ответ: 2

10. что входит в понятие “Стратегия”

Ответы:

- 1 кратчайший путь, который организация выбирает для достижения целей
- 2 реализуемые цели предприятия
- 3 критерий принятия потребителем решения о покупке

Верный ответ: 1

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: зачет считается выполненным на оценку "Отлично", если ответ на все вопросы представлен верно и аргументированно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: зачет считается выполненным на оценку "Хорошо", если ответ на вопрос раскрыт не полно или с небольшими замечаниями

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: зачет считается выполненным на оценку "Удовлетворительно", если ответ на вопрос раскрыт неполно и с грубыми ошибками

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой