



**ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ
ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
повышения квалификации
«Технологии эффективного маркетингового продвижения»,**

Текущий контроль

Текущий контроль проводится в соответствии с характеристиками контрольных заданий и представлен в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика заданий текущего контроля

Наименование дисциплины (модуля)	Форма контроля/ наименование контрольной точки	Пример задания	Критерии оценки
Технологии эффективного маркетингового продвижения			
Теоретические аспекты маркетингового продвижения	Тестирование	Совокупность свойств товара, которые определяют намерение покупателя его приобрести и стать постоянным клиентом производителя данного товара: 1. Спрос 2. Потребительская ценность+ 3. Качество 4. Потребность	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно.</i></p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</i></p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка</i></p>

			<p>"удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</i></p>
Методы и инструменты продвижения товаров/услуг	Тестирование	<p>Процесс распознавания и удовлетворения потребностей индивидов и организаций, выгодный для всех сторон: 1. Менеджмент 2. Маркетинг+ 3. Потребление 4. Брендинг</p>	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно.</i></p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</i></p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</i></p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</i></p>
Digital-маркетинг	Тестирование	<p>На чем основан CRM (customer relationship management)? 1. На</p>	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики</i></p>

		<p>использовании передовых управленческих и информационных технологий.+ 2. На постоянном сотрудничестве со всеми заинтересованными сторонами по вопросам повышения ценностей товара 3. На концентрации влияния фирмы в одном сегменте</p>	<p>выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно.</p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</i></p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</i></p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</i></p>
	Творческая задача	Создать текст для e-mail рассылки для продвижения учебного заведения	<p><i>Оценка: зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</i></p> <p><i>Оценка: не зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</i></p>
Маркетинг персонала	Тестирование	Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется</i></p>

		<p>целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется: 1. рекламной компанией 2. маркетинг-микс персонала+ 3. имиджологией 4. опосредованной вербовкой</p>	<p>если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно.</p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</p>
<p>Современные методы и инструменты привлечения абитуриентов в высшие учебные заведения</p>	<p>Тестирование</p>	<p>Совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке - это: 1. социальные условия; 2. конкуренция; 3. конъюнктура рынка+</p>	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или преимущественно верно.</p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики</i></p>

			<p>выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</i></p>
Бренд как инструмент продвижения компании на рынке	Тестирование	<p>Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге, – это... 1. логотип товарная марка (товарный знак) 2. торговая марка 3. бренд+ 4. позиционирование</p>	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно.</i></p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач.</i></p> <p><i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено.</i></p> <p><i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено.</i></p>

Промежуточная аттестация по программе проводится в форме зачета, экзамена или отчета о стажировке в соответствии с учебным планом. Характеристика заданий представлена в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика заданий промежуточной аттестации

Наименование дисциплины (модуля)	Пример задания	Критерии оценки
Технологии эффективного маркетингового продвижения	Не предусмотрено	Не предусмотрено

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация по программе проводится в форме *итогового экзамена*. Характеристика заданий представлена в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика заданий итоговой аттестации

Вид контроля	Краткая характеристика задания	Критерии оценки
Итоговая аттестация	<p>1. Конечной целью маркетинга является: а) создание новых предприятий; б) удовлетворение потребностей общества; в) рост заработной платы. 2. К контактными аудиториями фирмы относятся: а) финансовые круги; б) эксперты; в) конкуренты. 3. Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется: а) ассортиментом; б) товаром; в) номенклатурой. 4. Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется: а) выделение; б) концентрация; в) сегментирование рынка. 5. Какой этап жизненного цикла товара обеспечивает товару четкое отличие от других, желательное место на рынке? а) позиционирование на рынке; б) проникновение на рынок; в) выход на рынок.</p>	<p><i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 85</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета.</p> <p><i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 75</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки.</p> <p><i>Оценка: 3</i></p>

		<p><i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины.</p> <p><i>Оценка: 2</i></p> <p><i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.</p>
--	--	---

Независимая оценка качества обучения

Независимая оценка качества обучения предполагает внутренний аудит программ ДПО и анкетирование слушателей и/или работодателей по вопросам удовлетворенности процессом и результатами обучения

Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) литература НТБ МЭИ:

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по инженерно-техническим и

экономическим направлениям / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов . – Москва : Юрайт, 2021 . – 444 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-534-07447-5 .;

2. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов по направлению "Торговое дело" и по специальностям "Реклама", "Маркетинг" / В. Л. Музыкант . – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019 . – 216 с. – (Высшее образование . Бакалавриат) (Азбука рекламы) . - ISBN 978-5-369-01121-8 .;

3. Цахаев, Р. К. Основы маркетинга : учебник для вузов по специальности "Маркетинг" / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева, С. А. Алиев . – М. : Экзамен, 2005 . – 448 с. – (Учебник для вузов) . - ISBN 5-472-00328-8 ..

б) литература ЭБС и БД:

Не предусмотрено

в) используемые ЭБС:

Не предусмотрено

**Руководитель
ОДПО, ЦПП УВО**
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Максимова А.А.
	Идентификатор	R6a033f13-VorozhtsovaAA-daecd83

**А.А.
Максимова**
(расшифровка
подписи)

Начальник ОДПО
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Крохин А.Г.
	Идентификатор	R6d4610d5-KrokhinAG-aa301f84

А.Г. Крохин
(расшифровка
подписи)