

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт экономики и менеджмента

УТВЕРЖДЕНО:
Директор
Е.В. Нехода

Оценочные материалы по дисциплине

Премодуль (стратегический маркетинг)

по направлению подготовки

38.04.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) подготовки:
Управление персоналом

Форма обучения
Очная

Квалификация
Стратегическое управление персоналом

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
Л.Р. Тухватулина

Председатель УМК
М.В. Герман

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

БК-1 Способен действовать самостоятельно в условиях неопределенности при решении профессиональных задач и брать на себя ответственность за последствия принятых решений.

ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической, организационной, управленческой теорий

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– РОБК-1.1 Знает основы принятия решений в условиях неопределенности
– РОБК-1.2 Умеет принимать наиболее эффективные решения в условиях ограничения информации и ресурсов; лично решать проблемы вместе командой, которые возникли в результате принятых решений; прогнозировать варианты развития событий, предлагать методы уменьшения неопределенности в зависимости от ситуации и допустимых ресурсов.

– РООПК-1.1 Знает экономическую, организационную, управленческую теорию; методы и инструменты анализа практик управления персоналом

– РООПК-1.2 Умеет обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и научные исследования в области управления персоналом и смежных областях; применять методы и инструменты анализа практик управления персоналом.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- задания на практических занятиях;
- контрольные вопросы на практических занятиях.

Пример вопросов на практических занятиях (РОБК-1.1; РОБК-1.2):

1. Рассмотрите сущность и основные и основные подходы к определению менеджмента. В чем заключаются отличительные характеристики менеджмента и управления?
2. Раскройте суть эволюции научных подходов менеджмента. Приведите характеристики различных научных школ и их вклад в развитие менеджмента.
3. В чем заключается различие между процессным, системным и ситуационным подходом в менеджменте?
4. Приведите основные функции менеджмента и раскройте их содержание.
5. Раскройте современную систему взглядов на принципы менеджмента. В чем заключаются их отличительные характеристики?
6. Раскройте сущность современных подходов к мотивации работников в России и за рубежом.
7. Приведите примеры организаций, находящихся на разных стадиях жизненного цикла.
8. Приведите примеры запрограммированных и незапрограммированных управленческих решений.
9. Дайте характеристику основных маркетинговых концепций. Какие концепции маркетинга актуальны на современном этапе?
10. В чем заключается сущность маркетингового планирования? Приведите примеры маркетинговых планов.
11. Раскройте сущность понятия конкурентоспособности товара. Что может являться причиной низкой конкурентоспособности товара?

12. Какие элементы формируют комплекс маркетинговых коммуникаций? Дайте содержательную характеристику всех элементов.
13. Назовите основные факторы, оказывающие влияние на спрос и на предложение.
14. Раскройте сущность комплекса маркетинга. Приведите содержательную характеристику каждого элемента.
15. Поясните, какие достоинства и недостатки присущи различным методам маркетинговых исследований?

Пример вопросов на практических занятиях (РООПК-1.1; РООПК-1.2):

Задача №1. ООО «Арабика» провело опрос посетителей кофейни. Опрашиваемым по 10-балльной шкале предлагалось определить, с какой вероятностью они бы порекомендовали данное кафе. Процент посетителей, которые выставили от 0 до 6, составил 15% от общего числа опрошенных, от 7 до 8 – 31%, от 9 до 10% – 54%.

Требуется: рассчитать индекс потребительской лояльности.

Задача №2. Компания «Сибирский лес» провела TTL-рекламную кампанию, продолжительность которой составила 1 месяц. В процессе этой кампании резко выросли продажи.

| Показатели | В течение месяца до рекламной кампании | В течение месяца рекламной кампании |
|----------------------------------|--|-------------------------------------|
| Выручка от реализации, млн. руб. | 80 | 120 |

Маркетинговые инвестиции в TTL-рекламную кампанию составили 2 млн. руб. Средняя ежемесячная рентабельность компании составляет 10%.

Требуется: рассчитать рентабельность маркетинговых инвестиций (%) по результатам рекламной кампании.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Зачет в первом семестре проводится в письменной форме по билетам. Билет содержит теоретический вопрос и одну задачу. Продолжительность зачета 1 час

Первая часть содержит один теоретический вопрос. Ответ на вопрос первой части дается в развернутой форме.

Вторая часть содержит вопросы, оформленные в виде практической задачи. Ответы на вопросы предполагают решение задачи и краткую интерпретацию полученных результатов.

Результаты зачета определяются в соответствии с балльно-рейтинговой системой – максимум 40 баллов за зачет (40%):

Критерии выставления баллов за письменный зачет:

| Баллы | Характеристика |
|-----------|---|
| 40 баллов | Даны полные и развернутые ответы на вопросы. Задача решена верно, представлена обоснованная интерпретация полученных результатов, выводы логичны и аргументированы. |
| 30 баллов | Даны развернутые ответы на вопросы. Задача решена верно, но представленная интерпретация полученных результатов недостаточно обоснована. |

| | |
|-----------|--|
| 20 баллов | Даны фрагментарные ответы на вопросы. Задача решена верно, но представленная интерпретация полученных результатов недостаточно обоснована. |
| 15 баллов | Даны фрагментарные ответы на вопросы. Задача решена верно, но интерпретация полученных результатов недостаточно обоснована. |
| 10 баллов | Даны ограниченные ответы на вопросы. Задача решена неверно, но была попытка интерпретации полученных результатов. |
| 5 баллов | Даны ограниченные ответы на вопросы. Задача решена неверно, отсутствует интерпретации полученных результатов. |

Итоговая оценка по дисциплине складывается из результатов текущего контроля (60%) и результатов промежуточной аттестации (40%) и составляет максимум 100 баллов. Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «не зачтено».

Механизм перевода результатов балльно-рейтинговой системы в оценочную шкалу:

| Баллы | Итоговая оценка |
|-------------------|-----------------|
| 60-100 баллов | «зачтено» |
| 59 баллов и менее | «не зачтено» |

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Проверка остаточных знаний осуществляется с помощью контрольных вопросов.

1. Как называется совокупность взаимосвязанных элементов системы управления персоналом, образующая круг?

2. Как называются группы людей, объединенные общими интересами в определенных технических или бизнес-областях, которые регулярно сотрудничают, чтобы обмениваться информацией, совершенствовать свои навыки и активно расширять общие знания в этой области?

3. Укажите основную цель маркетинга.

Информация о разработчиках

Краковецкая Инна Валентиновна, доктор экономических наук, доцент кафедры стратегического менеджмента и маркетинга Института экономики и менеджмента Национального исследовательского Томского государственного университета