

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Иванович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

экономики и управления,

доктор экономических наук,

профессор

Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Управление маркетинговыми проектами»

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в семестре

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг и рыночная аналитика

2026

очно-заочная

8

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Управление маркетинговыми проектами» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

1. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Управление маркетинговыми проектами»

2. Разработчик: Воронцова Г.В., доцент кафедры менеджмента

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Воронцова Г.В. - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры менеджмента.

Представитель организации-работодателя: Кривко Владимир Иванович - Директор ООО «Орфей»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Управление маркетинговыми проектами» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

«19» мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция(ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-1 - Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга.</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): Осуществляет поиск, сбор, и обработку информации (в т.ч. с использованием цифровых технологий) для обеспечения эффективных управленческих решений в сфере проектного управления на всех этапах жизненного цикла маркетингового проекта. <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-1.	Не демонстрирует способность осуществлять поиск, сбор, и обработку информации для обеспечения эффективных управленческих решений в сфере проектного управления	Демонстрирует способность осуществлять поиск, сбор, и обработку информации для обеспечения эффективных управленческих решений в сфере проектного управления	Демонстрирует способность осуществлять поиск, сбор, и обработку информации для обеспечения эффективных управленческих решений в сфере проектного управления на всех этапах жизненного цикла маркетингового проекта.	Демонстрирует способность осуществлять поиск, сбор, и обработку информации (в т.ч. с использованием цифровых технологий) для обеспечения эффективных управленческих решений в сфере проектного управления на всех этапах жизненного цикла маркетингового проекта.
<i>Компетенция: ПК-4 Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнеса, участвовать в разработке и реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде.</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): Демонстрирует владение основными видами деятельности по управлению маркетинговыми проектами: содержанием, продолжительностью, стоимостью, ресурсами, коммуникациями и рисками проекта на всех этапах его жизненного цикла и готовность к их реализации в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации.	Не демонстрирует владение основными видами деятельности по управлению маркетинговыми проектами	Демонстрирует владение основными видами деятельности по управлению маркетинговыми проектами	Демонстрирует владение основными видами деятельности по управлению инновационно-инвестиционными проектами: содержанием, продолжительностью, стоимостью, качеством, ресурсами, коммуникациями и рисками проекта на всех этапах его жизненного цикла	управлению маркетинговыми проектами: содержанием, продолжительностью, стоимостью, качеством, ресурсами, коммуникациями и рисками проекта на всех этапах его жизненного цикла и готовность к их реализации в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации.

Индикатор: ИД-1 ПК-4.				
--------------------------	--	--	--	--

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	цикла	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Маркетинговый процесс имеет повторяющийся характер: завершение одного цикла является началом нового маркетингового _____.	ПК-1
2.	ценностей бренда	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Проект по ребрендингу включает мероприятия по снижению сопротивления персонала, по доведению новых _____ до всех сотрудников компании.	ПК-1
3.	a	Проекты ремаркетинга связаны с: a. снижающимся спросом b. возрастающим спросом c. чрезмерным спросом	ПК-1
4.	a, b, c,	Инициативный проект имеет следующее содержание: a. фундаментальная научная проблема, на решение которой направлен проект b. конкретная фундаментальная задача в рамках проблемы, на решение которой направлен проект c. ожидаемые научные результаты (развернутое описание с оценкой степени оригинальности) d. перечень социальных институтов	ПК-1
5.	b	Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка: a. изучение товара b. изучение рынка c. изучение покупателей d. изучение конкурентов	ПК-1
6.	b, c	Проект развития материально-технической базы научных исследований включает: a. список основных публикаций, наиболее близко относящихся к предлагаемому проекту b. фундаментальные проблемы, для решения которых будет использовано дорогостоящее оборудование c. общий план работ по приобретению и вводу в строй оборудования	ПК-1
7.	b	Атрибутом позиционирования является: a. цена b. количество сотрудников на предприятия c. мощность предприятия d. широта ассортимента выпускаемой продукции	ПК-4
8.	Руководитель проекта	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. _____ делегирует полномочия членам группы, следит за исполнением плана, оценивает состояние работ, координирует и корректирует их выполнение.	ПК-4
9.	b, c, d	При наличии каких условий Программы можно отнести к федеральному уровню: a. основные направления научно-методического развития комплекса, а также перечень необходимого оборудования и материалов, обеспечивающих устойчивую работу комплекса +: соответствие программы и входящих в ее состав проектов приоритетным направлениям развития науки и техники и	ПК-4

		перечню критических технологий б. значимость (существенная) решаемой проблемы для экономики, социальной сферы, экспорта, развития науки и техники с. невозможность решить проблему в приемлемые сроки за счет использования действующего рыночного механизма и необходимость государственной поддержки	
10.	b, c	Основные формы осуществления прямых методов государственного регулирования инновационного процесса: а. уголовно-правовая д. административно-ведомственная с. программно-целевая форма	ПК-4
11.	a, b	Преимущественные пути возникновения технологических парков: а. создание собственных коммерческих специальных фирм с научно-техническим персоналом крупных промышленных объединений, покидающим свою фирму, чтобы открыть собственное дело б. мелкие и средние фирмы возникают в результате преобразование уже действующих предприятий, намеренных пользоваться льготными условиями, существующими для технологических парков в соответствии с государственным законодательством с. в качестве мелких и средних предпринимателей выступают сотрудники банков и страховых компаний	ПК-4
12.		Инновационная деятельность в системе рыночной экономики.	ПК-1
13.		Факторы, определяющие инновационную деятельность.	ПК-1
14.		Классификация инноваций.	ПК-1
15.		Подрывные и поддерживающие инновации.	ПК-1
16.		Сущность планирования инноваций.	ПК-1
17.		Метод ведущих пользователей в системе поиска инновационных идей.	ПК-1
18.		Использование проектного управления в маркетинговой деятельности.	ПК-1
19.		Проект разработки нового продукта.	ПК-1
20.		Необходимость в маркетинговых проектах.	ПК-1
21.		Общая характеристика управления маркетинговыми проектами и программами.	ПК-1
22.		Влияние общих факторов, препятствующих развитию проектного управления.	ПК-1
23.		Состояние маркетинга в России и проблемы управления.	ПК-1
24.		Маркетинг, как сложная система.	ПК-1
25.		Подходы к реализации контроля за выполнением маркетингового проекта и программы.	ПК-4
26.		Управление сроками маркетингового проекта.	ПК-4
27.		Управление стоимостью маркетингового проекта.	ПК-4
28.		Управление качеством маркетингового проекта.	ПК-4
29.		Управление рисками маркетингового проекта.	ПК-4
30.		Управление человеческими ресурсами маркетингового проекта.	ПК-4
31.		Управление коммуникациями (обеспечить эффективную систему связи между участниками проекта для передачи управленческой и от-четной информации по проекту).	ПК-4
32.		Управление закупками маркетингового проекта.	ПК-4
33.		Управление интеграцией маркетингового проекта.	ПК-4

34.		Типы рисков маркетинговых проектов.	ПК-4
35.		Объективные и субъективные факторы рисков маркетинговых проектов.	ПК-4
36.		Качественный и количественный анализ рисков маркетинговых проектов.	ПК-4
37.		Пути снижения рисков в инновационной деятельности.	ПК-4
38.		Эффективность инновации. Научно-техническая эффективность инноваций. Социальная эффективность инноваций.	ПК-4
39.		Особенности рынка инноваций.	ПК-4
40.		Виды маркетинга нововведений.	ПК-4
41.		Формы и источники финансирования инновационной деятельности в маркетинге.	ПК-4
42.		Управление инновационными затратами.	ПК-4
43.		Переменные и постоянные издержки проекта.	ПК-4
44.		Факторы, определяющие величину затрат маркетинговых проектов.	ПК-4
45.		Методы расчета ожидаемых затрат.	ПК-4
46.		Особенности ценообразования на инновационную продукцию	ПК-4
47.		Факторы ценообразования в проектном менеджменте.	ПК-4
48.		Планируемый объём продаж инновационной продукции равен 98 тыс. руб., фактическая себестоимость инновационной продукции составила 46 тыс. руб. Чистая прибыль, полученная за счёт реализации инновационной продукции – 71,4 тыс. руб., а общий размер чистой прибыли, полученной предприятием при реализации всей продукции – 98,3 тыс. руб. Необходимо определить показатели исполнения маркетинговых прогнозов и результативности инновационного развития.	ПК-1
49.		Торговая фирма намерена приобрести товар за 400 тыс. руб., транспортировать его к месту реализации (стоимость транспортировки 32 тыс. руб.) и продать его на протяжении двух месяцев за 580 тыс. руб. Рассчитайте чистый доход, эффективность и доходность инвестиционного проекта.	ПК-4

2. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Управление маркетинговыми проектами», соотнесенные с индикаторами достижения компетенций ПК-1, ПК-4 оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, принимает правильные управленческие решения, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-1, ПК-4 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-1, ПК-4 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-1, ПК-4 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-1, ПК-4 не достигнуты.