

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.09.2023 18:33:20
Уникальный программный ключ:
777029a1882856141bfb9e855f0a3c8b6edae59e

Приложение А
(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»
Филиал в г.Дербенте

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

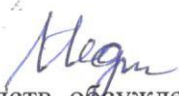
по дисциплине «Маркетинг территорий»

Уровень образования бакалавриат

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль направления подготовки Муниципальное управление

Разработчик



Атаева Б.М., ст. преподаватель

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры ЕГО и СД «27»09 2022г.,
протокол №2

Зав. кафедрой



С.Ф.Исмаилова

Дербент 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины «Маркетинг территорий» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки/специальности **38.03.04 Государственное и муниципальное управление.**

Рабочей программой дисциплины «Маркетинг территорий» предусмотрено формирование следующей компетенции:

УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях	УК-10.1 Знаком с основными документами, регламентирующими экономическую деятельность; источниками финансирования профессиональной деятельности; принципами планирования экономической деятельности	- способен планировать и финансировать профессиональную деятельность на основе знания основных документов, регламентирующих экономическую деятельность	Темы 1-9
	УК-10.2 Способен обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей	- обладает навыками экономического планирования и использует их в процессе принятия экономических решений	Темы 1-9
	УК-10.3. Обладает навыками применения экономических инструментов	- способен использовать экономические инструменты в профессиональной деятельности	Темы 1-9

¹ Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине «Маркетинг территорий» определяется на следующих этапах:

1. Этап текущих аттестаций (
2. Этап промежуточных аттестаций

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции						
		Этап текущих аттестаций					Этап промежуточной аттестации	
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя	
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация	
1		2	3	4	5	6	7	
УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях	УК-10.1 Знаком с основными документами, регламентирующими экономическую деятельность; источниками финансирования профессиональной деятельности; принципами планирования экономической деятельности	Контрольная работа №1				Контрольная работа №1		Экзамен
	УК-10.2 Способен обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей		Контрольная работа №2			Контрольная работа №2		Экзамен
	УК-10.3. Обладает навыками применения экономических инструментов			Контрольная работа №3		Контрольная работа №3		Экзамен

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продemonстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продemonстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобалльная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобалльная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; - исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; - правильно формирует определения; - демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; - умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 балла	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; - достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; - демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; - умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 балла	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует общее знание изучаемого материала; - испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; - знает основную рекомендуемую литературу; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 балла	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> - незнания значительной части программного материала; - не владения понятийным аппаратом дисциплины; - допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Конкуренентоспособность товара
2. Понятие ассортимента, товарной группы
3. Оптовая и розничная торговля
4. Инжиниринг. Лизинг
5. Понятие рынка, виды
6. Контракт, виды
7. Определение бизнеса, его функции
8. Фирмы и их классификация
9. Основные макроэкономические показатели
10. Спрос, предложение

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Контрольная работа по темам «Введение в маркетинг территории», «Теоретические основы и разновидности маркетинга территорий», «Технология выбора и разработки маркетинговых стратегий территории» Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 4.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

- Задание 1 - Предмет и задачи учебной дисциплины «Маркетинг территории»
Задание 2 - Некоммерческий (социальный) маркетинг
Задание 3 - Виды стратегий маркетинга территорий

Вариант 2

- Задание 1 - Маркетинг как научно-практическая дисциплина
Задание 2 - Маркетинг в государственном управлении и маркетинг территорий
Задание 3 - Маркетинг имиджа (образа) территории

Вариант 3

- Задание 1 - История маркетинга
Задание 2 - Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы
Задание 3 - Бренд территории

Вариант 4

- Задание 1 - Маркетинг в территориальном управлении и его правовое обеспечение маркетинга
Задание 2 - Инструменты маркетинга территорий
Задание 3 - Стратегический маркетинг территорий

Контрольная работа по темам «Стратегический маркетинг территорий», «Маркетинговая среда», «Позиционирование и дифференцирование территории» Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 4.

- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

- Задание 1 - Реклама и коммуникации – как обеспечивающая стратегия территориального маркетинга
- Задание 2 - Потребители ресурсов и общественных благ территории
- Задание 3 - Процесс принятия решений о выборе территории как привлекательного места проживания и/или осуществления деятельности

Вариант 2

- Задание 1 - Методы развития территорий
- Задание 2 - Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге
- Задание 3 - Позиционирование территории: сущность, принципы, задачи

Вариант 3

- Задание 1 - Стратегии улучшения территорий
- Задание 2 - Конкуренция и конкурентоспособность территорий
- Задание 3 - Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективного позиционирования территории

Вариант 4

- Задание 1 - Деловые стратегии территории
- Задание 2 - Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге
- Задание 3 - Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей)

Контрольная работа по темам «Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории», «Разработка деловых и функциональных стратегий развития территории», «Внедрение маркетинга территории»

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 4.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

- Задание 1 - Конкурентоспособность территории. Конкурентный анализ
- Задание 2 - Выбор деловых стратегий развития территории как один из этапов разработки стратегического плана развития территории
- Задание 3 - Стратегическое маркетинговое планирование территории: основные этапы

Вариант 2

- Задание 1 - Конкурентные преимущества территории
- Задание 2 - Функциональные стратегии в территориальном маркетинге
- Задание 3 - Маркетинговые исследования населенных пунктов

Вариант 3

- Задание 1 - Становление и развитие конкуренции между территориями
- Задание 2 - Инвестиционная стратегия территории. Критерии оценки инвестиционной привлекательности территории
- Задание 3 - Туризм как ключевой инструмент маркетинга территории

Вариант 4

Задание 1 - Деловые стратегии в территориальном маркетинге

Задание 2 - Основные принципы и этапы внедрения маркетинга территории

Задание 3 - Интернет-маркетинг как инструмент управления территорией

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

Список вопросов к экзамену

1. Предмет и задачи учебной дисциплины «Маркетинг территории»
2. Маркетинг как научно-практическая дисциплина
3. История маркетинга
4. Маркетинг в территориальном управлении и его правовое обеспечение маркетинга
5. Некоммерческий (социальный) маркетинг
6. Маркетинг в государственном управлении и маркетинг территорий
7. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы
8. Инструменты маркетинга территорий.
9. Виды стратегий маркетинга территорий
10. Маркетинг имиджа (образа) территории
11. Бренд территории
12. Стратегический маркетинг территорий.
13. Реклама и коммуникации – как обеспечивающая стратегия территориального маркетинга.
14. Методы развития территорий
15. Стратегии улучшения территорий
16. Деловые стратегии территории.
17. Потребители ресурсов и общественных благ территории.
18. Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге.
19. Конкуренция и конкурентоспособность территорий
20. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
21. Процесс принятия решений о выборе территории как привлекательного места проживания и/или осуществления деятельности
22. Позicionирование территории: сущность, принципы, задачи.
23. Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективного позиционирования территории.
24. Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей).
25. Конкурентоспособность территории. Конкурентный анализ.
26. Конкурентные преимущества территории.
27. Становление и развитие конкуренции между территориями.
28. Деловые стратегии в территориальном маркетинге.
29. Выбор деловых стратегий развития территории как один из этапов разработки стратегического плана развития территории.
30. Функциональные стратегии в территориальном маркетинге.
31. Инвестиционная стратегия территории. Критерии оценки инвестиционной привлекательности территории.
32. Основные принципы и этапы внедрения маркетинга территории.
33. Стратегическое маркетинговое планирование территории: основные этапы.
34. Маркетинговые исследования населенных пунктов.
35. Туризм как ключевой инструмент маркетинга территории.
36. Интернет-маркетинг как инструмент управления территорией.

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по

дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Форма экзаменационного билета (пример оформления)

<u>Министерство науки и высшего образования РФ</u>		
<u>ФГБОУ ВО "Дагестанский государственный технический университет"</u>		
Дисциплина (модуль)	<u>Маркетинг территорий</u>	
Код, направление подготовки/специальность	<u>38.03.04 Государственное и муниципальное управление</u>	
Профиль (программа, специализация)	<u>Муниципальное управление</u>	
Кафедра <u>ЭиУнаП</u>	Курс <u>1,3</u>	Семестр <u>2,6</u>
Форма обучения – <u>очная, очно-заочная, заочная</u>		
 ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №5 		
1. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы		
2. Конкурентные преимущества территории.		
Экзаменатор.....	М.Г. Сулейманова	
Утвержден на заседании кафедры (протокол №__ от _____ 20__ г.)		
Зав. кафедрой ЭиУнаПЖ.Н. Казиева.		

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП не возможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка **«отлично»**: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).