	ГАПОУ СО
	Нижнетагильский торгово-экономический колледж
	Оценочные средства
НМЦ 04-21.1-26	

УТВЕРЖДАЮ
Зам. Директора по УР ГАПОУ СО НТТЭК
_____Дмитриева М.Г
(подпись)
«_30» _апреля 2026г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

ДИСЦИПЛИНЫ ОП.14 «ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

профессиональной программы специалистов среднего звена

по специальности

для специальности 38.02.03Операционная деятельность в логистике

НМЦ 04-21.1-26

КЭ

Нижний Тагил 2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Составлены в соответствии с требованиями ППССЗ к минимуму содержания и уровню подготовки выпускника по специальности 38.02.03Операционная деятельность в логистике

Рассмотренопредметной (цикловой)комиссией
коммерческих дисциплин

Разработчики:
Рыбникова Ю.В., преподаватель высшей квалификационной категории

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1Общие положения

Оценочные средства предназначены для проверки результатов и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины ОП.14 «Основы организации и проведения маркетинговой деятельности»

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме экзамена.

В результате аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка следующих умений и знаний, а также динамика формирования компетенций:

Результаты обучения	**Критерии оценки**	**Методы оценки**
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: сущность, принципы и функции маркетинга; виды и методы маркетинговых исследований; сегментирование рынка и позиционирование товара/услуги; элементы комплекса маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение); особенности маркетинга в сфере логистических услуг; виды маркетинговых коммуникаций и их инструменты; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности; организацию маркетинговой службы на предприятии	демонстрирует знание сущности, принципов и функций маркетинга; демонстрирует знание видов и методов маркетинговых исследований; демонстрирует знание основ сегментирования рынка и позиционирования; демонстрирует знание элементов комплекса маркетинга (4Р); демонстрирует понимание особенностей маркетинга в сфере логистических услуг; демонстрирует знание видов маркетинговых коммуникаций и их инструментов; демонстрирует знание методов оценки эффективности маркетинговой деятельности; демонстрирует знание принципов организации маркетинговой службы на предприятии	Устный опрос. Тестирование. Контрольные работы. Проверочные работы. Оценка выполнения практического задания. Экзамен.
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
Уметь: анализировать рынок логистических услуг и определять целевую аудиторию; проводить маркетинговые исследования и обрабатывать их результаты; разрабатывать комплекс маркетинга (4Р) для логистического продукта/услуги; организовывать	демонстрирует умение анализировать рынок логистических услуг и определять целевую аудиторию; демонстрирует умение проводить маркетинговые исследования и обрабатывать их результаты; демонстрирует умение разрабатывать комплекс маркетинга (4Р) для логистической услуги; демонстрирует умение организовывать маркетинговые коммуникации;	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

маркетинговые коммуникации (реклама, PR, стимулирование сбыта); оценивать эффективность маркетинговой деятельности; использовать информационные технологии для сбора и анализа маркетинговой информации	демонстрирует умение оценивать эффективность маркетинговой деятельности; демонстрирует умение использовать информационные технологии для сбора и анализа маркетинговой информации	

Формы промежуточной аттестации по ППССЗ при освоении программы дисциплины:

Наименование дисциплины в соответствии с ППССЗ\ППКРС	**Формы промежуточной аттестации**
ОП.14 «Основы организации и проведения маркетинговой деятельности»	Экзамен

2. Организация контроля и оценки освоения программы дисциплины

Предметом оценки служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по дисциплине «Основы организации и проведения маркетинговой деятельности», направленные на формирование компетенций (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.1, ПК 2.1, ПК 3.1). Оценка осуществляется поэтапно: текущий тестовый контроль по темам, защита презентаций, экзамен.

Результаты выполнения практических и внеаудиторных самостоятельных работ, включающие решение задач, семинары, выполнение практических заданий, также оцениваются в процессе текущего контроля.

Текущий контроль успеваемости представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении курса обучения. Во время проведения учебных занятий дополнительно используются следующие формы текущего контроля — устный опрос, проверка конспектов, проверка самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы организации и проведения маркетинговой деятельности» проводится в форме **экзамена**.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении всех видов самостоятельной работы, практических работ, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.

Результаты экзамена промежуточной аттестации по учебной дисциплине отражаются в Экзаменационной ведомости.

2.1. Типовые задания в тестовой форме для оценки знаний

(Примеры тестовых заданий для текущего контроля по разделам дисциплины)

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга (Тема 1.1–1.5)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. **Выберите правильный вариант. Маркетинг — это:**
а) деятельность по продвижению товаров и услуг на рынок;
б) система управления производством;
в) процесс бухгалтерского учета;
г) метод логистического анализа.
2. **Выберите правильный вариант. К функциям маркетинга относится:**
а) анализ рынка, разработка товара, ценообразование, продвижение, сбыт;
б) производство, учет, контроль;
в) планирование, мотивация, контроль;
г) закупка, складирование, транспортировка.
3. **Установите соответствие между элементом комплекса маркетинга (4P) и его содержанием:**

Элемент	**Содержание**
1. Product (Товар)	а) Совокупность характеристик товара/услуги, предлагаемых р
2. Price (Цена)	б) Денежное выражение стоимости товара/услуги
3. Place (Сбыт)	в) Каналы распределения и способы доставки товара до потреб
4. Promotion (Продвижение)	г) Коммуникации, направленные на стимулирование спроса

4. **Выберите правильный вариант. Сегментирование рынка — это:**
а) разделение рынка на группы потребителей с общими характеристиками;
б) установление цены на товар;
в) выбор канала распределения;
г) разработка рекламной кампании.
5. **Выберите правильный вариант. К методам маркетинговых исследований относится:**
а) опрос, наблюдение, эксперимент, анализ документов;
б) дисконтирование, начисление амортизации;
в) линейное программирование;
г) бухгалтерский учет.

Раздел 2. Инструменты маркетинговой деятельности (Тема 2.1–2.5)

6. **Выберите правильный вариант. Жизненный цикл товара включает следующие стадии:**
а) внедрение, рост, зрелость, спад;
б) производство, хранение, транспортировка;
в) закупка, складирование, сбыт;
г) планирование, организация, контроль.
7. **Выберите правильный вариант. К каналам распределения нулевого уровня относится:**
а) прямой канал (производитель — потребитель);
б) производитель — розничный торговец — потребитель;
в) производитель — оптовик — розничный торговец — потребитель;
г) производитель — агент — оптовик — потребитель.
8. **Выберите правильный вариант. К инструментам маркетинговых коммуникаций относится:**
а) реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи;
б) ценообразование, сбыт;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

в) производство, логистика;
г) бухгалтерский учет, аудит.

9. **Выберите правильный вариант. SWOT-анализ используется для:**
а) оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз;
б) расчета себестоимости;
в) определения численности персонала;
г) расчета налогов.

Раздел 3. Практикум по маркетинговой деятельности в логистике (Тема 3.1–3.5)

10. **Выберите правильный вариант. Показатель ROI в маркетинге позволяет оценить:**
а) эффективность маркетинговых инвестиций;
б) численность маркетингового персонала;
в) объем производства;
г) стоимость основных фондов.

11. **Выберите правильный вариант. CRM-система используется для:**
а) управления взаимоотношениями с клиентами;
б) расчета налогов;
в) управления складом;
г) бухгалтерского учета.

12. **Выберите правильный вариант. Контент-план используется для:**
а) планирования публикаций в социальных сетях;
б) расчета заработной платы;
в) планирования закупок;
г) расчета амортизации.

2.2. Типовые задания для практических работ (пример)

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга

Практическое занятие № 1. Анализ основных понятий маркетинга. Определение целей и функций маркетинга для логистической компании.

Задание 1. На примере конкретной логистической компании (или типовой ситуации) определите: 1) миссию и цели маркетинговой деятельности; 2) основные функции маркетинга, реализуемые компанией; 3) роль маркетинга в достижении стратегических целей компании. Оформите в виде таблицы.

Задание 2. Сравните понятия «маркетинг» и «сбыт». Определите, в чём их сходство и различие. Приведите не менее 3 примеров из деятельности логистической компании, иллюстрирующих различие этих понятий.

Критерии оценки: правильность определения целей и функций; обоснованность связи маркетинга со стратегией компании; корректность сравнения понятий; полнота ответа.

Практическое занятие № 2. Анализ маркетинговой среды логистической компании (микро- и макросреда).

Задание 1. Проведите анализ микросреды логистической компании: определите основных поставщиков, потребителей, конкурентов, посредников, контактные аудитории. Оформите в виде таблицы с указанием степени влияния каждого фактора.

Задание 2. Проведите анализ макросреды логистической компании по факторам: экономические, политические, социальные, технологические, экологические. Определите, какие факторы оказывают наибольшее влияние на деятельность компании. Оформите в виде PEST-анализа.

Задание 3. На основе результатов анализа микро- и макросреды сформулируйте не менее 5 возможностей и 5 угроз для логистической компании.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Критерии оценки: полнота анализа факторов микро- и макросреды; корректность оценки степени влияния; обоснованность выводов о возможностях и угрозах.

Практическое занятие № 3. Сегментирование рынка логистических услуг. Выбор целевого сегмента.

Задание 1. Проведите сегментирование рынка логистических услуг по критериям: отрасль клиента, размер грузопотока, требуемый уровень сервиса. Составьте таблицу сегментов с описанием профиля каждого сегмента.

Задание 2. Определите целевой сегмент для логистической компании, специализирующейся на доставке сборных грузов. Обоснуйте выбор целевого сегмента, используя критерии привлекательности (размер, рост, конкуренция, доступность).

Задание 3. Для выбранного целевого сегмента опишите профиль типового клиента: потребности, критерии выбора логистического партнёра, ожидаемый уровень сервиса.

Критерии оценки: правильность применения критериев сегментирования; обоснованность выбора целевого сегмента; полнота описания профиля клиента.

Практическое занятие № 4. Позиционирование логистической услуги на рынке.

Задание 1. Постройте карту позиционирования логистических компаний региона по двум критериям (например, «цена — уровень сервиса», «скорость доставки — география покрытия»). Определите позицию вашей компании и основных конкурентов.

Задание 2. Разработайте стратегию позиционирования для новой логистической услуги «Доставка в день заказа». Определите ключевые отличительные преимущества, целевую аудиторию, позиционирующее заявление (не более 1 предложения).

Задание 3. Обоснуйте, какие инструменты маркетинга следует использовать для закрепления выбранной позиции на рынке (не менее 3 инструментов с пояснением).

Критерии оценки: правильность построения карты позиционирования; обоснованность стратегии позиционирования; корректность выбора инструментов.

Практическое занятие № 5. Проведение маркетингового исследования: разработка анкеты и опрос.

Задание 1. Разработайте анкету для опроса клиентов логистической компании с целью оценки удовлетворённости качеством услуг. Включите не менее 10 вопросов (закрытых и открытых). Обоснуйте выбор типов вопросов.

Задание 2. Определите целевую аудиторию опроса (не менее 20 респондентов), способ проведения (онлайн/офлайн), сроки. Составьте план проведения опроса.

Задание 3. Проведите пилотный опрос (не менее 5 респондентов) и обработайте результаты: составьте сводную таблицу ответов, определите основные тенденции.

Критерии оценки: правильность составления анкеты (логика вопросов, отсутствие наводящих вопросов); обоснованность плана опроса; корректность обработки результатов.

Практическое занятие № 6. Обработка и анализ результатов маркетингового исследования.

Задание 1. На основе результатов опроса (из практического занятия № 5) постройте диаграммы распределения ответов (не менее 3 диаграмм). Определите ключевые показатели удовлетворённости клиентов.

Задание 2. Проведите сегментацию респондентов по уровню удовлетворённости (высокий, средний, низкий). Определите, какие группы клиентов наиболее/наименее удовлетворены. Сформулируйте выводы.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 3. Разработайте не менее 5 рекомендаций по улучшению качества логистических услуг на основе результатов исследования.

Критерии оценки: правильность построения диаграмм; корректность сегментации респондентов; обоснованность рекомендаций.

Практическое занятие № 7. Разработка элементов комплекса маркетинга (4Р) для логистической услуги.

Задание 1. Разработайте комплекс маркетинга (4Р) для услуги «Экспресс-доставка грузов в пределах региона». Опишите: товар (характеристики услуги), цену (стратегию ценообразования), сбыт (каналы распределения), продвижение (инструменты коммуникации).

Задание 2. Обоснуйте выбор каждого элемента 4Р с учётом целевой аудитории и конкурентной среды. Определите, какие элементы являются ключевыми для успеха услуги на рынке.

Задание 3. Постройте схему взаимосвязи элементов 4Р и покажите, как изменение одного элемента влияет на другие.

Критерии оценки: полнота описания всех элементов 4Р; обоснованность выбора; корректность построения схемы взаимосвязи.

Раздел 2. Инструменты маркетинговой деятельности

Практическое занятие № 8. Анализ товарной политики логистической компании.

Задание 1. Проанализируйте товарную политику логистической компании: определите перечень предлагаемых услуг, их характеристики, стадии жизненного цикла (внедрение, рост, зрелость, спад).

Задание 2. Оцените конкурентоспособность одной из услуг компании по сравнению с аналогичной услугой конкурента. Определите преимущества и недостатки.

Задание 3. Предложите не менее 3 мероприятий по совершенствованию товарной политики компании (расширение ассортимента, обновление услуг, вывод новых услуг на рынок).

Критерии оценки: правильность определения стадий жизненного цикла; корректность оценки конкурентоспособности; обоснованность предложенных мероприятий.

Практическое занятие № 9. Разработка ассортиментной политики для логистических услуг.

Задание 1. Разработайте ассортиментную матрицу логистических услуг для компании, специализирующейся на доставке грузов. Включите не менее 8 услуг, распределите их по группам (основные, сопутствующие, перспективные).

Задание 2. Обоснуйте выбор ассортиментных групп с учётом потребностей целевых клиентов и конкурентной среды. Определите, какие услуги являются наиболее перспективными.

Задание 3. Разработайте план обновления ассортимента на год: какие услуги планируется внедрить, какие — модернизировать, какие — вывести с рынка.

Критерии оценки: полнота ассортиментной матрицы; обоснованность выбора групп; реалистичность плана обновления.

Практическое занятие № 10. Расчет цены на логистическую услугу. Выбор стратегии ценообразования.

Задание 1. Рассчитайте цену на услугу «Доставка груза в пределах города» затратным методом: себестоимость услуги — 1 500 руб.; плановая рентабельность — 25%. Определите отпускную цену.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 2. Сравните полученную цену с рыночными ценами конкурентов (1 800 руб., 2 000 руб., 2 200 руб.). Сделайте вывод о конкурентоспособности цены.

Задание 3. Выберите стратегию ценообразования для новой логистической услуги (стратегия «снятия сливок», стратегия проникновения, стратегия средних цен). Обоснуйте выбор с учётом стадии жизненного цикла услуги и конкурентной среды.

Критерии оценки: правильность расчёта цены; корректность сравнения с конкурентами; обоснованность выбора стратегии.

Практическое занятие № 11. Анализ каналов распределения логистических услуг.

Задание 1. Определите и опишите каналы распределения, используемые логистической компанией: прямые и косвенные, их уровни. Составьте схему каналов.

Задание 2. Оцените эффективность каждого канала по критериям: затраты, охват клиентов, контроль, гибкость. Заполните сравнительную таблицу.

Задание 3. Предложите не менее 3 мероприятий по оптимизации каналов распределения (расширение прямых продаж, привлечение агентов, развитие онлайн-каналов).

Критерии оценки: правильность определения каналов и их уровней; корректность оценки эффективности; обоснованность предложенных мероприятий.

Практическое занятие № 12. Разработка схемы сбыта логистической услуги.

Задание 1. Разработайте схему сбыта для услуги «Ответственное хранение грузов». Определите участников сбытовой цепи (производитель услуги, посредники, потребители), их функции.

Задание 2. Обоснуйте выбор типа сбыта (интенсивный, селективный, эксклюзивный) для данной услуги. Определите, какие критерии лежат в основе выбора.

Задание 3. Разработайте план мероприятий по организации сбыта услуги на первый год: определите целевых клиентов, каналы привлечения, ожидаемые объёмы продаж.

Критерии оценки: правильность построения схемы сбыта; обоснованность выбора типа сбыта; реалистичность плана мероприятий.

Практическое занятие № 13. Разработка рекламного сообщения для логистической компании.

Задание 1. Разработайте рекламное сообщение для логистической компании, продвигающей услуги по доставке «последней мили». Определите целевую аудиторию, ключевое сообщение, формат (баннер, пост в соцсетях, видео).

Задание 2. Обоснуйте выбор инструментов распространения рекламы (интернет, печатные СМИ, радио, наружная реклама) с учётом целевой аудитории и бюджета.

Задание 3. Разработайте критерии оценки эффективности рекламного сообщения (узнаваемость, запоминаемость, призыв к действию).

Критерии оценки: соответствие сообщения целевой аудитории; оригинальность и убедительность; обоснованность выбора инструментов и критериев оценки.

Практическое занятие № 14. Планирование PR-мероприятия для логистической компании.

Задание 1. Разработайте план PR-мероприятия для логистической компании (например, день открытых дверей, пресс-конференция, участие в отраслевой выставке). Определите цель, целевую аудиторию, формат, сроки.

Задание 2. Составьте перечень информационных поводов и ключевых сообщений для PR-мероприятия. Определите каналы распространения информации (СМИ, соцсети, партнёры).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 3. Разработайте критерии оценки эффективности PR-мероприятия (количество публикаций, охват аудитории, изменение узнаваемости бренда).

Критерии оценки: обоснованность выбора формата и целей; полнота перечня информационных поводов; корректность критериев оценки.

Практическое занятие № 15. Разработка программы стимулирования сбыта логистических услуг.

Задание 1. Разработайте программу стимулирования сбыта для логистической компании: определите целевые группы (новые клиенты, постоянные клиенты), инструменты (скидки, бонусы, бесплатные дополнительные услуги), сроки проведения.

Задание 2. Рассчитайте бюджет программы стимулирования сбыта, если планируется предоставить скидку 10% на первый заказ для 50 новых клиентов при среднем чеке 20 000 руб.

Задание 3. Обоснуйте, какие инструменты стимулирования наиболее эффективны для логистических услуг, и предложите критерии оценки эффективности программы.

Критерии оценки: обоснованность выбора инструментов; правильность расчёта бюджета; корректность критериев оценки эффективности.

Практическое занятие № 16. Организация личных продаж логистических услуг (ролевая игра).

Задание 1. Подготовьте сценарий деловой беседы с потенциальным клиентом логистической компании: определите цель встречи, ключевые вопросы, аргументы, возможные возражения и ответы на них.

Задание 2. Проведите ролевую игру «Презентация логистической услуги клиенту»: один студент — менеджер по продажам, другой — клиент. Оцените качество презентации по критериям (знание услуги, аргументация, работа с возражениями, завершение сделки).

Задание 3. Проанализируйте результаты ролевой игры: определите сильные и слабые стороны, предложите рекомендации по совершенствованию навыков личных продаж.

Критерии оценки: полнота и логичность сценария; качество проведения презентации; обоснованность рекомендаций.

Практическое занятие № 17. Анализ организационной структуры маркетинговой службы предприятия.

Задание 1. Проанализируйте организационную структуру маркетинговой службы логистической компании: определите тип структуры (функциональная, товарная, рыночная, матричная), её преимущества и недостатки.

Задание 2. Постройте схему организационной структуры маркетинговой службы для компании среднего размера (не менее 5 должностей). Распределите функции между сотрудниками.

Задание 3. Обоснуйте выбор типа организационной структуры для конкретной логистической компании с учётом её размера, ассортимента услуг и целевых рынков.

Критерии оценки: правильность определения типа структуры; корректность построения схемы; обоснованность выбора.

Практическое занятие № 18. Разработка положения о маркетинговом подразделении логистической компании.

Задание 1. Разработайте структуру положения о маркетинговом подразделении: общие положения, цели и задачи, функции, права и обязанности, взаимодействие с другими подразделениями.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 2. Опишите должностные обязанности не менее 3 сотрудников маркетингового подразделения (руководитель, маркетолог-аналитик, специалист по рекламе).

Задание 3. Обоснуйте, какие функции маркетингового подразделения являются ключевыми для логистической компании, и как они связаны с другими подразделениями.

Критерии оценки: полнота структуры положения; корректность описания обязанностей; обоснованность выделения ключевых функций.

Раздел 3. Практикум по маркетинговой деятельности в логистике

Практическое занятие № 19. Проведение SWOT-анализа логистической компании.

Задание 1. Проведите SWOT-анализ логистической компании: заполните матрицу SWOT (не менее 3 пунктов в каждом квадранте).

Задание 2. На основе SWOT-анализа сформулируйте не менее 3 стратегических выводов (например, использование сильных сторон для реализации возможностей, преодоление слабых сторон для минимизации угроз).

Задание 3. Разработайте план мероприятий по реализации стратегических выводов (не менее 5 мероприятий с указанием сроков и ответственных).

Критерии оценки: правильность заполнения матрицы SWOT; обоснованность стратегических выводов; реалистичность плана мероприятий.

Практическое занятие № 20. Анализ конкурентов на рынке логистических услуг.

Задание 1. Выберите двух конкурентов логистической компании. Сравните их по критериям: ассортимент услуг, цены, уровень сервиса, репутация, каналы продвижения. Заполните сравнительную таблицу.

Задание 2. Определите конкурентные преимущества вашей компании по сравнению с выбранными конкурентами. Сформулируйте не менее 3 преимуществ.

Задание 3. Разработайте мероприятия по повышению конкурентоспособности компании на основе анализа конкурентов (не менее 3 мероприятий).

Критерии оценки: полнота сравнительного анализа; обоснованность определения преимуществ; реалистичность предложенных мероприятий.

Практическое занятие № 21. Разработка маркетингового плана логистической компании.

Задание 1. Разработайте структуру маркетингового плана логистической компании на год: цели, задачи, целевые сегменты, комплекс маркетинга (4P), бюджет, ожидаемые результаты.

Задание 2. Определите не менее 5 маркетинговых мероприятий на год с указанием сроков, ответственных, необходимых ресурсов. Оформите в виде таблицы.

Задание 3. Обоснуйте, как предложенные мероприятия способствуют достижению целей маркетинга и стратегических целей компании.

Критерии оценки: полнота структуры плана; конкретность и реалистичность мероприятий; обоснованность связи мероприятий с целями.

Практическое занятие № 22. Составление бюджета маркетинговых мероприятий.

Задание 1. Составьте бюджет маркетинговых мероприятий логистической компании на год, если общий бюджет составляет 2 000 000 руб. Распределите средства по направлениям: реклама, PR, стимулирование сбыта, исследования, цифровой маркетинг.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 2. Обоснуйте распределение бюджета с учётом приоритетных направлений маркетинговой деятельности компании. Определите, какие направления требуют наибольших вложений и почему.

Задание 3. Рассчитайте ожидаемую эффективность бюджета: если планируется привлечь 100 новых клиентов, определите стоимость привлечения одного клиента (CAC).

Критерии оценки: правильность составления бюджета; обоснованность распределения средств; корректность расчёта CAC.

Практическое занятие № 23. Разработка бренда логистической компании (название, слоган, символика).

Задание 1. Разработайте название бренда логистической компании (не менее 3 вариантов). Обоснуйте выбор, учитывая целевую аудиторию, род деятельности, уникальность.

Задание 2. Разработайте слоган бренда (не менее 3 вариантов), отражающий ключевые преимущества компании. Обоснуйте выбор финального варианта.

Задание 3. Опишите символику бренда (цвета, шрифты, графические элементы), которая будет ассоциироваться с компанией. Обоснуйте выбор с точки зрения психологии восприятия.

Критерии оценки: оригинальность и обоснованность названия; выразительность и соответствие слогана; логичность описания символики.

Практическое занятие № 24. Разработка плана продвижения логистической услуги в интернете.

Задание 1. Разработайте план продвижения услуги «Доставка грузов из Китая» в интернете: определите целевые каналы (SEO, контекстная реклама, соцсети, email-маркетинг), бюджет, сроки.

Задание 2. Составьте контент-план для социальных сетей на месяц (не менее 8 публикаций): темы, форматы, периодичность. Обоснуйте выбор контента для целевой аудитории.

Задание 3. Определите ключевые показатели эффективности (KPI) для оценки продвижения в интернете (посещаемость сайта, конверсия, стоимость лида, ROI).

Критерии оценки: обоснованность выбора каналов; полнота контент-плана; корректность определения KPI.

Практическое занятие № 25. Оценка эффективности рекламной кампании.

Задание 1. Рассчитайте ROI рекламной кампании логистической компании, если: затраты на рекламу — 500 000 руб.; дополнительная прибыль, полученная в результате кампании, — 1 800 000 руб. Сделайте вывод об эффективности кампании.

Задание 2. Рассчитайте показатели эффективности рекламной кампании: охват аудитории (если рекламу увидели 200 000 человек, а целевая аудитория — 50 000 человек), количество переходов на сайт (5 000), количество заявок (200), конверсию.

Задание 3. Разработайте рекомендации по повышению эффективности рекламной кампании на основе проведённых расчётов (не менее 3 рекомендаций).

Критерии оценки: правильность расчёта ROI и других показателей; корректность интерпретации результатов; обоснованность рекомендаций.

Практическое занятие № 26. Расчет ROI маркетинговых мероприятий.

Задание 1. Рассчитайте ROI мероприятия по стимулированию сбыта, если: затраты на мероприятие — 150 000 руб.; дополнительная выручка — 600 000 руб.; рентабельность продаж — 20%. Определите дополнительную прибыль и ROI.

Задание 2. Сравните ROI трёх маркетинговых мероприятий: реклама в интернете (затраты 300 000 руб., прибыль 900 000 руб.); участие в выставке (затраты 500 000 руб.,

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

прибыль 1 200 000 руб.); email-рассылка (затраты 50 000 руб., прибыль 200 000 руб.). Какое мероприятие наиболее эффективно?

Задание 3. Обоснуйте, какие маркетинговые мероприятия следует масштабировать, а какие — оптимизировать или прекратить, на основе анализа ROI.

Критерии оценки: правильность расчёта ROI; корректность сравнения мероприятий; обоснованность выводов о масштабировании.

Практическое занятие № 27. Анализ эффективности использования CRM-системы в маркетинге логистической компании.

Задание 1. Определите, какие показатели можно отслеживать с помощью CRM-системы в логистической компании (не менее 5): количество клиентов, частота заказов, средний чек, конверсия, стоимость привлечения клиента.

Задание 2. Проанализируйте, как CRM-система помогает улучшить работу с клиентами: сегментация клиентской базы, персонализация предложений, автоматизация коммуникаций.

Задание 3. Разработайте не менее 3 мероприятий по улучшению работы с клиентами на основе данных CRM (например, запуск программы лояльности для постоянных клиентов, реактивация «спящих» клиентов).

Критерии оценки: полнота определения показателей; обоснованность анализа возможностей CRM; реалистичность предложенных мероприятий.

Практическое занятие № 28. Разработка контент-плана для социальных сетей логистической компании.

Задание 1. Разработайте контент-план для социальных сетей логистической компании на месяц (не менее 12 публикаций). Укажите темы, форматы (пост, видео, сторис, кейс), периодичность, площадки (ВКонтакте, Telegram, YouTube).

Задание 2. Определите типы контента (информационный, вовлекающий, продающий, репутационный) и их соотношение в контент-плане. Обоснуйте выбор.

Задание 3. Разработайте критерии оценки эффективности контента (охват, вовлечённость, переходы на сайт, заявки).

Критерии оценки: полнота и разнообразие контент-плана; обоснованность выбора типов контента; корректность критериев оценки.

Практическое занятие № 29. Разработка email-рассылки для клиентов логистической компании.

Задание 1. Разработайте структуру email-рассылки для клиентов логистической компании: тема письма, приветствие, основное сообщение, призыв к действию, подпись.

Задание 2. Подготовьте текст рассылки (не более 1 страницы) с предложением новой услуги «Доставка в день заказа». Обоснуйте выбор ключевых сообщений и аргументов.

Задание 3. Определите целевую аудиторию рассылки (сегмент клиентов) и показатели эффективности (открываемость, переходы, конверсия).

Критерии оценки: правильность структуры письма; убедительность и лаконичность текста; обоснованность выбора аудитории и показателей.

Практическое занятие № 30. Итоговое практическое занятие: презентация и защита маркетингового проекта.

Задание 1. Подготовьте презентацию маркетингового проекта (8–10 слайдов) по одному из направлений: разработка нового логистического продукта, выход на новый рынок, ребрендинг компании. Структура: цель проекта, анализ рынка, целевая аудитория, комплекс маркетинга (4P), бюджет, ожидаемые результаты.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задание 2. Разработайте речь для защиты презентации (5–7 минут): обоснование актуальности, ключевые решения, ожидаемая эффективность.

Задание 3. Подготовьте ответы на возможные вопросы комиссии (не менее 10): например, «Почему выбрана данная целевая аудитория?», «Как обоснован бюджет?», «Какие риски проекта?», «Как будет оцениваться эффективность?».

Критерии оценки: наглядность и логичность презентации; убедительность и аргументированность доклада; полнота и корректность ответов на вопросы.

2.3. Список вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие маркетинга, его цели и задачи.
2. Основные принципы и функции маркетинга.
3. История развития маркетинга. Роль маркетинга в деятельности современной организации.
4. Понятие маркетинговой среды, её структура.
5. Микросреда организации: основные факторы.
6. Макросреда организации: основные факторы.
7. Анализ маркетинговой среды логистической компании.
8. Сегментирование рынка: понятие, критерии.
9. Выбор целевого сегмента.
10. Позиционирование товара/услуги на рынке.
11. Особенности сегментирования рынка логистических услуг.
12. Понятие, цели и задачи маркетинговых исследований.
13. Виды и методы маркетинговых исследований.
14. Этапы проведения маркетингового исследования.
15. Источники маркетинговой информации.
16. Комплекс маркетинга (4P) и его элементы.
17. Особенности комплекса маркетинга для логистических услуг.
18. Товарная политика: понятие, классификация товаров.
19. Жизненный цикл товара/услуги.
20. Ценовая политика: методы и стратегии ценообразования.
21. Особенности ценообразования на логистические услуги.
22. Сбытовая политика: каналы распределения и их виды.
23. Особенности сбыта логистических услуг.
24. Маркетинговые коммуникации: понятие и виды.
25. Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций.
26. Связи с общественностью (PR) в маркетинге.
27. Стимулирование сбыта и личные продажи.
28. Организационные структуры маркетинговой службы.
29. Показатели эффективности маркетинговой деятельности. ROI маркетинговых мероприятий.
30. Цифровой маркетинг и его инструменты. Использование CRM-систем в маркетинге.

2.4. Типовые практико-ориентированные задачи для экзамена

Задача 1. Проведите SWOT-анализ логистической компании, специализирующейся на доставке сборных грузов. Заполните матрицу SWOT (не менее 3 пунктов в каждом квадранте). Сформулируйте стратегические выводы.

Задача 2. Рассчитайте ёмкость рынка логистических услуг региона, если: количество потенциальных клиентов — 500 компаний; средний годовой объём закупок логистических услуг на одну компанию — 1 200 000 руб. Определите долю компании на рынке, если её годовая выручка составляет 180 000 000 руб.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Задача 3. Разработайте анкету (не менее 5 вопросов) для оценки удовлетворённости клиентов логистической компании качеством доставки. Обоснуйте выбор типов вопросов (закрытые/открытые).

Задача 4. Логистическая компания планирует запуск новой услуги «Доставка в день заказа». Разработайте элементы комплекса маркетинга (4P): опишите услугу, предложите стратегию ценообразования, определите канал сбыта, выберите инструменты продвижения.

Задача 5. Определите целевой сегмент для логистической компании, предлагающей услуги ответственного хранения. Обоснуйте выбор по критериям: отрасль, размер бизнеса, потребность в услуге. Опишите профиль целевого клиента.

Задача 6. Рассчитайте ROI рекламной кампании логистической компании, если: затраты на рекламу — 500 000 руб.; дополнительная прибыль, полученная в результате кампании, — 1 800 000 руб. Сделайте вывод об эффективности кампании.

Задача 7. Разработайте рекламное сообщение для логистической компании, продвигающей услуги по перевозке опасных грузов. Определите целевую аудиторию, ключевое сообщение, канал размещения. Обоснуйте выбор.

Задача 8. Проведите анализ конкурентов на рынке логистических услуг: выберите двух конкурентов, сравните их по критериям (ассортимент услуг, цены, уровень сервиса, репутация). Сформулируйте конкурентные преимущества вашей компании.

Задача 9. Разработайте контент-план для социальных сетей логистической компании на месяц (не менее 8 публикаций). Укажите темы, форматы, периодичность. Обоснуйте выбор контента для целевой аудитории.

Задача 10. Оцените эффективность использования CRM-системы в логистической компании: определите, какие показатели можно отслеживать с её помощью (не менее 5), и предложите мероприятия по улучшению работы с клиентами на основе данных CRM.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Критерии оценки компьютерного тестирования:

При проведении текущего контроля успеваемости в виде тестирования количество вопросов для студента — 30. Вопросы для студентов выдаются случайным образом, поэтому одновременно студенты отвечают на разнообразные по уровню сложности тестовые задания следующего типа: выбор одного правильного ответа; выбор нескольких правильных ответов. На выполнение заданий отводится 40 минут.

Знания студентов оцениваются по пятибалльной системе.

Количество правильных ответов:

85-100% — отлично,

70-84% — хорошо,

50-69% — удовлетворительно,

0-49% — неудовлетворительно.

Критерии оценивания практических работ:

При подготовке к практической работе рекомендуется использовать конспекты лекций, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины. Каждое задание практической работы оценивается по пятибалльной шкале:

Оценка «отлично» выставляется при соблюдении следующих условий: студент выполняет практические задачи в полном объёме, отвечает на все поставленные в практической задаче вопросы, выполняет все задания практической задачи.

Оценка «хорошо» выставляется по следующим критериям: студент допускает в решении практической задачи незначительные неточности; правильно применены теоретические знания.

Оценка «удовлетворительно» выставляется по следующим критериям: допускает в решении практической задачи значительные неточности, в том числе неточно применены теоретические знания.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Оценка «неудовлетворительно» выставляется по следующим критериям: студент не выполняет задания практической задачи, ответы содержат существенные ошибки.

Критерии оценки экзамена:

Экзамен проводится в форме устного ответа по билетам, включающим теоретический вопрос и практическую задачу. Оценка складывается из:

правильности и полноты ответа на теоретический вопрос (максимально 4 балла);

правильности решения практической задачи (максимально 6 баллов).

Шкала перевода баллов в оценку:

9–10 баллов — «отлично»;

7–8 баллов — «хорошо»;

5–6 баллов — «удовлетворительно»;

0–4 балла — «неудовлетворительно».

В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 294 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17945-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/ (уточнить актуальный bcode на платформе) -3

2. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / под редакцией И. И. Скоробогатых, О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17391-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/ (уточнить актуальный bcode на платформе) -3

3. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 308 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21580-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://web2.urait.ru/bcode/581768 -19

Дополнительная литература:

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562463 -20

2. Бачурин, А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Бачурин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12465-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563786 -31

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (в действующей редакции) .-25-29

2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-I «О защите прав потребителей» (в действующей редакции).

Интернет-ресурсы:

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Юрайт» — URL: https://urait.ru/

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. Компьютерная справочная правовая система «Гарант» — URL: https://base.garant.ru/

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики — URL: https://rosstat.gov.ru/

4. Официальный сайт Ассоциации маркетинга России — URL: https://www.marketing.ru/

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: 05a0294cd49e29caf6901f769b01e88bb9e03fc2b1552bbfa335522bc0eb0830
Документ: 17 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/tJ622qvE6AYw7z3nInnawb2QoU7ORW7SkzGiCek9JOeygdgY
Печатная форма сформирована: 21.10.2026 16:42

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	21.10.2026 16:41:21	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).