

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хромова Ирина Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.06.2026 12:33:21
Уникальный программный идентификатор:
118ef49698b841950bd7d73a61f25654750a80bf

**ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ ИЗ ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ «Б1.В.ДВ.04.01 ПРОЕКТИРОВАНИЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ» ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
ПОДГОТОВКИ 44.04.01 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
(НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ
«МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАНИИ»)**

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
ПК-2	Способен управлять ресурсами в образовательной организации, принимать управленческие решения, в том числе корректировать процесс управления

Установите последовательность:

1. Этапы маркетинговой деятельности:

- а. реализация
- б. анализ рынка
- в. планирование
- г. контроль

2. Этапы маркетингового исследования:

- а. сбор данных
- б. анализ
- в. постановка цели
- г. интерпретация результатов

3. Этапы разработки маркетинговой стратегии:

- а. сегментирование рынка
- б. определение целей
- в. выбор стратегии
- г. реализация

4. Этапы маркетинговых коммуникаций:

- а. определение аудитории
- б. разработка сообщения
- в. выбор каналов
- г. оценка эффективности

5. Этапы управления маркетингом:

- а. анализ
- б. планирование
- в. реализация
- г. контроль

Установите соответствие:

6. Соотнесите понятие и определение:

- 1. маркетинг
- 2. образовательная услуга
- 3. рынок
- 4. спрос
- а) потребность, обеспеченная платежеспособностью
- б) процесс продвижения
- в) сфера взаимодействия продавцов и покупателей
- г) результат образовательной деятельности

7. Соотнесите вид исследования и характеристику:

- 1. первичное
- 2. вторичное
- 3. качественное
- 4. количественное
- а) анализ существующих данных
- б) сбор новой информации
- в) изучение мотивов
- г) статистическая обработка

8. Соотнесите элемент маркетинга и содержание:

- 1. продукт
- 2. цена
- 3. продвижение
- 4. распределение
- а) реклама
- б) стоимость
- в) образовательная программа
- г) каналы предоставления

9. Соотнесите стратегию и характеристику:

- 1. дифференцированная
- 2. недифференцированная
- 3. нишевая
- 4. инновационная
- а) разные сегменты
- б) один рынок

- в) узкая аудитория
- г) новые продукты

10. Соотнесите коммуникацию и цель:

- 1. реклама
- 2. PR
- 3. внутренняя
- 4. прямая
-) имидж
- б) продвижение
- в) взаимодействие сотрудников
- г) прямое общение

Напишите термин:

- 11. Процесс продвижения товаров и услуг — _____
- 12. Образовательная услуга, предлагающаяся на рынке — _____
- 13. Сбор и анализ информации о рынке — _____
- 14. Деление рынка на группы потребителей — _____
- 15. Формирование положительного имиджа — _____

Выберите один правильный ответ:

16. Что является объектом маркетинга в образовании?

- 1. управление
- 2. образовательная услуга
- 3. контроль
- 4. анализ

17. Что такое сегментирование рынка?

- 1. анализ
- 2. деление рынка
- 3. контроль
- 4. управление

18. Что такое маркетинговое исследование?

- 1. анализ рынка
- 2. контроль
- 3. управление
- 4. обучение

19. Что такое маркетинговая стратегия?

- 1. план действий

2. анализ
3. контроль
4. отчет

20. Что такое реклама?

1. продвижение
2. анализ
3. контроль
4. обучение

21. Что такое PR?

1. управление
2. формирование имиджа
3. контроль
4. анализ

22. Что такое рынок образовательных услуг?

1. система
2. взаимодействие участников
3. контроль
4. анализ

23. Что такое спрос?

1. потребность
2. платежеспособная потребность
3. анализ
4. контроль

24. Что такое маркетинговая коммуникация?

1. взаимодействие
2. анализ
3. контроль
4. обучение

25. Что такое конкурентоспособность?

1. способность конкурировать
2. анализ
3. контроль
4. обучение

Выберите несколько правильных ответов:

26. Функции маркетинга:

1. анализ
2. планирование
3. контроль

4. случайность

27. Методы маркетинговых исследований:

1. анкетирование
2. интервью
3. эксперимент
4. приказ

28. Элементы маркетинговых коммуникаций:

1. реклама
2. PR
3. прямой маркетинг
4. отчет

29. Факторы маркетинговой среды:

1. внутренние
2. внешние
3. социальные
4. случайные

30. Задачи маркетинга:

1. анализ рынка
2. разработка стратегии
3. оценка эффективности
4. случайность

ЭТАЛОНЫ ОТВЕТОВ

№ задания	Ответ
1.	бваг
2.	вабг
3.	бавг
4.	абвг
5.	абвг
6.	1-б 2-г 3-в 4-а
7.	1-б 2-а 3-в 4-г

8.	1-в 2-б 3-а 4-г
9.	1-а 2-б 3-в 4-г
10.	1-б 2-а 3-в 4-г
11.	Маркетинг
12.	Образовательная услуга
13.	Маркетинговое исследование
14.	Сегментирование
15.	PR
16.	2
17.	2
18.	1
19.	1
20.	1
21.	2
22.	2
23.	2
24.	1
25.	1
26.	1, 2, 3
27.	1, 2, 3
28.	1, 2, 3
29.	1, 2, 3
30.	1, 2, 3