

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор ГО ВПО «ДонНУЭТ
имени Михаила Туган-Барановского»

С.В. Дрожжина

« 19 » 03 2021 г.

КРИТЕРИИ

оценивания результатов профильного экзамена
по «Коммуникационной политике»
для поступающих на обучение по образовательным программам магистратуры
по направлению подготовки 38.04.01 Экономика»
(Магистерская программа: Рекламный бизнес)

Донецк – 2021 г.

Профильный экзамен проводится в форме тестирования. Экзаменационный тест включает 24 тестовых заданий. Из них 20 тестов с выбором варианта верного ответа (закрытые) и 4 задания, требующие развернутого ответа по четырем дисциплинам: «Маркетинговая политика коммуникаций», «Поведение потребителей», «Маркетинг», «Маркетинговая товарная политика».

Если в бланке ответов отмечена знаком „X” буква того варианта, который является верным, то тестовое задание считается выполненным правильно и оценивается в 3 балла. В случае правильного ответа на все тестовые задания закрытого типа абитуриент получает 60 баллов.

Задание с развернутым ответом оценивается максимально в 10 баллов.

Критерии оценивания задания с развернутым ответом приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Критерии оценивания задания с развернутым ответом.

Количество баллов	Критерии оценивания
10	глубокие знания вопросов маркетинга и организации торговли, которые содержат внепрограммные элементы, понимание процесса внедрения элементов комплекса маркетинга, маркетинга услуг, торгового обслуживания, технологии и организации процессов товародвижения, сбыта, хранения, складирования и транспортирования, а также возникающих при данных процессах проблем, умения делать обобщение и приводит конкретные примеры по вопросу, который раскрывается, наличие собственных обоснованных суждений и взглядов.
8-9	существенные знания вопросов маркетинга и торговли, методик формирования и контроля элементов комплекса маркетинга, в т.ч на рынке услуг, организации маркетинговой и коммерческой деятельности, умения делать обобщения по раскрываемому вопросу.
6-7	изложение общих сведений относительно комплекса маркетинга, процесса оказания услуг, торгово-технологического процесса, процесса товародвижения и складирования, транспортирования и хранения, наличие сведений относительно базовых составляющих отдельных направлений маркетинга и торговли, которые раскрываются. При характеристике базовых составляющих допускается наличие отдельных ошибок, которые не искажают сущности проблемы, которая характеризуется.
4-5	знание определенных составляющих маркетинговой и торговой деятельности, но с нарушением целостности раскрытия вопроса, присутствием в ответе принципиальных ошибок, которые искажают сущность проблемы, которая рассматривается

1-3	отсутствие логического обоснования ответа, который носит поверхностный характер и раскрывает только отдельные аспекты проблемы, которая рассматривается
0	полное несоответствие решения задания концептуальным положениям теории маркетинга и организации торговли.

В целом за верные ответы на открытые задания абитуриент может получить максимум 40 баллов.

Таким образом, при правильном решении 20-ти закрытых тестов и 4-х открытых тестовых заданий, абитуриент получает максимальную оценку - 100 баллов (таблица 2).

Таблица 2 - Соответствие 100-балльной шкалы оценивания профильного экзамена 5-балльной шкале оценивания

Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-59	2
60-74	3
75-89	4
90-100	5

Председатель предметной
экзаменационной комиссии по маркетингу



И.М. Рвачёва