

«УТВЕРЖДЕНО»
 Директор РГКП «Национального
 центра тестирования» МНВО РК
 Р. Емелбаев
 « » 202 г.

**Спецификация теста
 по дисциплине «Маркетинг»
 общественно-гуманитарного направления
 для единого национального тестирования для поступающих по образовательным
 программам высшего образования, предусматривающим сокращенные сроки обучения
 (Для использования с 2023 года)**

1. Цель теста: Определение способностей выпускников технического и профессионального образования, необходимых для продолжения обучения в высших учебных заведениях.

2. Задача теста: Тест для поступления на следующие образовательные программы высшего образования, предусматривающие сокращенный срок обучения:

В047 – Маркетинг и реклама

3. Содержание теста:

№	Тема	№	Подтема	Цель обучения
01	Теоретические основы маркетинга	01	Сущность, цели, задачи и виды маркетинга	Изучить сущность, цели и виды маркетинга
		02	Концепции маркетинга	Использовать концепции маркетинга
02	Потребности и рынок – основа маркетинговой деятельности	03	Классификация типов потребителей и покупательское поведение. Понятие о рынке. Элементы и классификация рынков	Применить типы классификации потребителей и их покупательское поведение. 2.Изучить элементы, классификацию рынков
03	Маркетинговая среда	04	Микросреда и ее составляющие: типы конкурентов, поставщиков, посредников.	Анализировать микросреду и ее составляющие: типы конкурентов, поставщиков, посредников.

		05	Макросреда функционирования фирмы и ее основные факторы: демографические, экономические, природные, научно – технические, политические, культурные. Особенности макросреды в РК.	Анализировать макросреду функционирования фирмы и ее основные факторы: демографические, экономические, природные, научно – технические, политические, культурные. Особенности макросреды в РК.
04	Система маркетинговых исследований	06	Сущность маркетинговых исследований	Изучить сущность маркетинговых исследований
		07	Составляющие системы маркетинговой информации и методы сбора информации,	Систематизировать составляющие системы маркетинговой информации и методы сбора информации,
		08	Этапы маркетинговых исследований, его реализация, формулирование и оформление маркетинговых исследований.	Охарактеризовать этапы маркетинговых исследований, его реализация, формулирование и оформление маркетинговых исследований.
05	Товарная и ценовая политика	09	Товар и виды классификации товаров Этапы разработки товара и кривые жизненного цикла товара.	1. Исследовать товар и виды классификации товаров 2. Изучить этапы разработки товара и кривые жизненного цикла товара.
		10	Виды цен и их использование в ценовой политике	Рассмотреть виды цен и их использование в ценовой политике
06	Сбытовая политика	11	Канал распределения, и его функции, ВМС и ГМС, решения об управлении каналом, товародвижение и его цели, транспортировка и ее виды, розничная торговля и ее виды, маркетинговые решения оптовика.	1 Принимать участие в управлении каналами ВМС и ГМС/вертикальная маркетинговая система и горизонтальная маркетинговая система 2. Участвовать в организации товародвижения и транспортировки

07	Конкурентная среда	12	Понятие о конкуренции, методы оценки конкурентноспособности	Определяет методы оценки конкурентноспособности
08	Коммуникационная политика в маркетинга	13	Маркетинговые коммуникации и комплекс стимулирования.	Организовать маркетинговые коммуникации и комплекс стимулирования.
09	Маркетинг и общество	14	Воздействие маркетинга на общество, консюмеризм, движение за охрану окружающей среды	Знает основные направления влияния маркетинга на общество маркетинг
10	Международный маркетинг	15	Приспособление комплекса маркетинга к зарубежным рынкам.	Определяет комплекс маркетинга к зарубежным рынкам
		16	Особенности маркетинговой деятельности в различных странах. Американский, японский, европейский, российский, китайский опыт маркетинговой деятельности фирм.	Знает особенности маркетинговой деятельности в различных странах

4. Характеристика содержания заданий:

Тест по дисциплине «Маркетинг» содержит 40 тестовых заданий. Из них:

- 20 тестовых заданий с выбором одного правильного ответа;
- 10 тестовых заданий с выбором одного или нескольких правильных ответов;
- 10 тестовых заданий с выбором одного правильного ответа на основе 2 ситуаций (контекстов).

Содержание заданий соответствует темам, указанным в типовой программе по данной дисциплине.

Тестовые задания в тесте расположены по нарастанию трудности: базовый, средний и высокий.

5. Уровень трудности тестовых заданий в одном варианте теста: Тест состоит из 3-х уровней трудности: базовый уровень (А) – 25 %, средний уровень (В) – 50 %, высокий уровень (С) – 25 %.

Базовый уровень трудности характеризует воспроизведение простых знаний и навыков, позволяет провести оценки минимального уровня подготовленности обучающегося, выполнение простых действий с помощью определённых указаний, использование простых аргументов и естественнонаучных понятий.

Средний уровень трудности характеризует правильное воспроизведение основных знаний и навыков, распознавание простых моделей в новых ситуациях, умение анализировать, сравнивать, обобщать и систематизировать данные, использовать аргументы, обобщать информацию и формулировать выводы.

Высокий уровень трудности характеризует воспроизведение более сложных знаний и навыков, распознавание более сложных моделей заданий, интегрирование знаний, умений и навыков, анализ сложной информации или данных, проводить рассуждение, обосновывать и формулировать выводы, направлено на разграничение фактов и их последствий, определение значимости представленных фактов.

6. Форма тестовых заданий: Тестовые задания закрытой формы с выбором одного правильного ответа и с выбором одного или нескольких правильных ответов.

7. Время выполнения тестовых заданий: Продолжительность выполнения одного задания в среднем 1,5 – 2 минуты. Общее время выполнения теста – 80 минут. Среднее время выполнения одного тестового задания рассчитано с учетом чтения контекста.

8. Оценка выполнения отдельных тестовых заданий: Оценивание ответов тестовых заданий осуществляется согласно пункту 19 Правил проведения ЕНТ, утвержденным приказом МОН РК №204 от 2 мая 2017 года.

9. Рекомендуемая литература: «Списки учебников, учебно-методических комплексов, учебных пособий и другой дополнительной литературы, в том числе на электронных носителях, разрешенной для использования в учебных заведениях», утвержденные Министерством образования и науки Республики Казахстан.

1. Рахимбаев А.Б. Теория и практика маркетинга. Уч.пособие, 2018 г.
2. Козлова О.А. Основы маркетинга. Уч.пособие, 2016 г.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Диалектика, 2019 г.
4. Карпова С.В. Маркетинг. Учебное пособие. Ростов-на-Дону «Феникс» 2011 г.
5. Панкрухин А. П. Маркетинг 2018г. М.: «ОмегаЛ».

«СОГЛАСОВАНО»

**Председатель
Учебно-методического
объединения**


_____ **Г.Сманов**
(подпись) (Ф.И.О.)

« _____ » 202__ г.







