

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 04.07.2023 16:42:37

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2023

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере

Основная профессиональная образовательная программа 38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование дисциплины	Б1.О.05 Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Современные проблемы менеджмента

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-1	ОПК-1.1: Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, методики обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2: Уметь: решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

ОПК-3 - Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-3	ОПК-3.1: Знать: способы обоснования и оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной и динамичной

		среды	
--	--	-------	--

ОПК-5 - Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине			
	ОПК-5	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
		методы обобщения и оценки научных исследований в менеджменте и маркетинге	обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и маркетинге, выполнять научно-исследовательские проекты	методами анализа и синтеза результатов научных исследований в менеджменте и маркетинге

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 2
Контактная работа, в том числе:	18.3/0.51
Занятия лекционного типа	8/0.22
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	163.7/4.55
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	216
Зачетные единицы	6

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
	Практич. занятия						
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	4	4	-	-	63,7	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3,

							ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	4	4	-	-	100,0	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
	Контроль	34					
	Итого	8	8	0.3	2	163.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	лекция	Цели и содержание маркетингового анализа
		лекция	
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	лекция	Анализ покупателей и конкурентов
		лекция	Анализ инструментов комплекса маркетинга

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	практическое занятие	Цели и содержание маркетингового анализа
		практическое занятие	
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	практическое занятие	Анализ покупателей и конкурентов
		практическое занятие	Анализ инструментов комплекса маркетинга

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	1. Введение в маркетинговый анализ	- подготовка доклада - тестирование
2.	2. Направления анализа маркетинговой деятельности	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений : учебник и практикум для вузов / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01584-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510561>

Дополнительная литература

1. Воронов, М. В. Системы искусственного интеллекта : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14916-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519916>

Литература для самостоятельного изучения

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468956>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и	Комплекты ученической мебели

индивидуальных консультаций	Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

Планируемые результаты	Планируемые результаты обучения по дисциплине
------------------------	---

обучения по программе			
	ОПК-1.1: Знать:	ОПК-1.2: Уметь:	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, методики обобщения и критического анализа практик управления	решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	методами обобщения и критического анализа практик управления
Пороговый	ОПК-1.1: Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.2: Уметь: решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов,	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-1.1: Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов к решению управленческих задач	ОПК-1.2: Уметь: проводить обобщения и критический анализ практик управления	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа оценочных показателей, способами их использования
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ОПК-1.1: Знать: методики обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2: Уметь: практически применять инновационные подходы, и критический анализ в управлении	ОПК-1.3: Владеть (иметь навыки): инновационными подходами обобщения и анализа оценочных показателей, способами их использования, прогнозирования результатов

ОПК-3 - Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-3.1: Знать:	ОПК-3.2: Уметь:	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	способы обоснования и оценки эффективности организационно-управленческих решений	принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной и динамичной среды	методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений

Пороговый	ОПК-3.1: Знать: методы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки операционной эффективности управленческих решений
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-3.1: Знать: способы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки организационной эффективности управленческих решений
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ОПК-3.1: Знать: способы обоснования и методы оценки эффективности организационно-управленческих решений	ОПК-3.2: Уметь: принимать организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность.	ОПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений, способами их обоснования

ОПК-5 - Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	методы обобщения и оценки научных исследований в менеджменте и маркетинге	обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и маркетинге, выполнять научно-исследовательские проекты	методами анализа и синтеза результатов научных исследований в менеджменте и маркетинге
Пороговый	ОПК-5.1: Знать: принципы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления	ОПК-5.2: Уметь: руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки): методами управления проектной и процессной деятельностью
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ОПК-5.1: Знать: основы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК-5.2: Уметь: Уметь: руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки): методами управления проектной и процессной деятельностью, методами выявления и оценки новых рыночных возможностей;
Повышенный (в	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь

дополнение к пороговому, стандартному)	современные практики управления, лидерские и коммуникативные основы взаимодействия; методы выявления и оценки новых рыночных возможностей	использовать методы выявления и оценки новых рыночных возможностей; разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	навыки): навыками разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
--	---	---	--

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	1.Введение в маркетинговый анализ	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Доклады Тестирование	Экзамен
2.	2.Направления анализа маркетинговой деятельности	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Доклады Тестирование	Экзамен

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
1.Введение в маркетинговый анализ	1.Содержание аналитической деятельности в маркетинге 2.Система маркетинга во внешней среде 3.Инфраструктура маркетинга
2.Направления анализа маркетинговой деятельности	4.Принципы маркетинга и работа с конкурентами 5.Реклама и стимулирование сбыта 6. Товарные знаки и их роль в маркетинге 7. Формирование бренда: условия и перспективы 8.Роль упаковки в продвижении товара 9. Наименование марки и преимущества использования 10. Гарантии и сервисное сопровождение продаж 11. Поиск потенциальных потребителей и оценка перспектив рынка 12. Факторы, влияющие на потребность 13.Оценка возможностей удовлетворения потребностей товарами компании 14.Оценка требований потребителей к новым товарам 15. Оценка потенциала маркетинга 16. Производственный и организационный план маркетинга

	17. Оценка рисков при внедрении новых товаров 18. Исследование реализации нового товара. 19. Оценка стадий жизненного цикла товара 20. Исследование предпосылок для сохранения конкурентоспособности
--	---

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

укажите задания

Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере _тесты

<https://lms2.sseu.ru/mod/quiz/view.php?id=191175>

1. Установите правильную последовательность стадий контроля маркетинга

- а) выявление реальных значений; установление плановых величин; сравнение; анализ результатов сравнения;
- б) выявление реальных значений; установление плановых величин; сравнение; анализ результатов сравнения;
- в) установление плановых величин; выявление реальных значений; сравнение; анализ результатов сравнения;
- г) сравнение; установление плановых величин; выявление реальных значений; анализ результатов сравнения;

2. Задачи контроля маркетинга включают:

- а) установление степени достижения целей;
- б) выявление возможностей улучшения;
- в) проверка приспособляемости предприятия к изменениям;
- г) все ответы верны;

3. Укажите направления анализа маркетинга, относящиеся к контролю результатов:

- а) контроль доли рынка;
- б) контроль целей;
- в) контроль стратегий;
- г) контроль мероприятий;

4. Контроль сбыта может проводиться:

- а) в целом по предприятию;
- б) по группам товаров;
- в) по объектам;
- г) все ответы верны;

5. Оцените справедливость высказываний:

1. Высокая доля рынка дает преимущества по сравнению с конкурентами в отношении снижения затрат;

2. Увеличение объема сбыта гарантирует усиление позиции предприятия на рынке;

- а) 1-верно; 2 -верно;
- б) 1-верно; 2 -неверно;
- в) 1-неверно; 2 -верно;
- г) 1-неверно; 2 -неверно;

б. Падение доли рынка является результатом непредвиденных действий конкурентов и рыночной ситуации во всех случаях, кроме:

- а) появление нового предприятия в отрасли;
- б) сбыт уменьшен с целью увеличения прибыльности;
- в) в концепции маркетинга есть слабые места;
- г) поступление крупного заказа произошло с опозданием, в начале следующего года;

7. Для точного расчета доли рынка необходимо иметь данные, сопоставимые по :

- а) выбранному продукту;
- б) по времени анализа данных;
- в) по географии продаж;
- г) все ответы верны;

8. *Оцените справедливость высказываний:*

1. *Затраты на сбыт включают все расходы, связанные с продажей товаров, включая затраты в других сферах деятельности;*

2. *При преимущественно интеллектуальном труде при исчислении затрат на сбыт, возникают трудности с отнесением затрат на конкретный продукт;*

- а) 1-верно; 2 -верно;
- б) 1-верно; 2 -неверно;
- в) 1-неверно; 2 -верно;
- г) 1-неверно; 2 -неверно;

9. *При расчете затрат на сбыт по методу полных затрат, учитывают:*

- а) только единичные затраты на сбыт;
- б) только общие затраты на сбыт;
- в) сначала определяют прямые затраты на сбыт, затем общие затраты распределяют на основе принятого способа распределения.
- г) все ответы верны;

10. *Определите неверное высказывание:*

- а) Расчет по методу частичных затрат позволяет получить сумму покрытия общих затрат и прибыли;
- б) Точность метода повышается, если расчет ведется на основе предельных затрат;
- в) Точность метода понижается, если расчет ведется на основе предельных затрат;
- г) Анализ сбыта по методу частичных затрат носит тактический характер;

11. *Термин «маркетинговая среда» в маркетинге означает:*

- а) множество субъектов, действующих на компанию, оказывающих влияние на взаимоотношения с целевыми клиентами
- б) факторы, тесно связанные с компанией и непосредственно воздействующие на ее отношения с клиентами
- в) факторы внешней среды компании, открывающие новые возможности и определенные угрозы
- д) нет правильного ответа.

12. *В состав микросреды компании входят:*

- а) экономика страны
- б) политика страны
- в) потребители
- д) культура страны.

13. *В состав макросреды компании входят:*

- а) компания
- б) экономика страны
- в) посредники
- д) конкуренты.

14. *Оцените справедливость приведенных высказываний:*

I. *Микросреда поддается воздействию компании.*

II. *Макросредой управлять невозможно, однако не исключена активная политика по отношению к маркетинговой среде.*

- а) I – неверно, II – верно
- б) I – верно, II – неверно
- в) I – верно, II – верно

15. *Маркетинговое исследование – это:*

- а) систематический сбор данных о состоянии рынка
- б) систематический сбор и анализ данных о проблемах управления маркетингом товаров и услуг
- в) систематический анализ данных о состоянии рынка
- д) изучение товаров конкурентов.

16. *Укажите правильную последовательность проведения маркетинговых исследований:*

- a) анализ данных, анализ первичной информации, анализ вторичной информации, определение проблемы, рекомендации
- b) определение проблемы, анализ первичных данных, анализ вторичных данных, рекомендации, анализ данных
- c) определение проблемы, анализ вторичных данных, анализ первичных данных, анализ данных, рекомендации, использование результатов
- d) определение проблемы, анализ данных, использование результатов, анализ первичной информации, анализ вторичной информации, рекомендации.

17. Цели маркетингового исследования могут быть:

- a) поисковые
- b) описательные
- c) экспериментальные
- d) все ответы верны.

18. Исследования, основанные на использовании информации, собранной ранее для других целей, называются:

- a) кабинетными
- b) полевыми
- c) вспомогательными
- d) основными.

19. К достоинствам вторичной информации относятся:

- a) наличие устаревшей информации
- b) быстрота сбора данных
- c) наличие противоречивых данных
- d) неизвестна надежность данных.

20. Недостатками вторичных данных являются:

- a) часто имеется несколько источников информации
- b) информация из независимых источников, как правило, достоверна
- c) информация может не подходить для проводимого исследования
- d) все ответы верны.

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
1. Введение в маркетинговый анализ	1. Анализ покупательских предпочтений 2. Оценка сегментации рынка и ее эффективности 3. Оценка и анализ конкурентной среды 4. Определение конкурентов предприятия
2. Направления анализа	5. Анализ конкурентов и сильных сторон конкурентов

маркетинговой деятельности	6.Анализ товарной политики 7.Оценка характеристик товаров 8.Оценка конкурентоспособности товаров 9.Анализ маркетинговых показателей ассортимента товаров 10.Анализ прибыльности товаров в ассортименте 11.Анализ структуры ассортимента 12.Анализ факторов, влияющих на ценообразование 13.Общая характеристика ценовой политики 14.Анализ конкурентоспособности цены 15. Задачи анализа сбыта 16.Общая характеристика сбытовой политики 17.Анализ работы с посредниками 18.Общий анализ рекламной деятельности 19.Определение коммуникативной эффективности рекламы 20. Определение экономической эффективности рекламы
----------------------------	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
«хорошо»	Стандартный ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
«удовлетворительно»	Пороговый ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК- 3.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне