

Компонент ОПОП

38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансовый
аналитик»

наименование ОПОП

Б1.В.07

шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования

Разработчик:

Гапоненкова Н.Б.

ФИО

доцент

должность

к.э.н., доцент

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

цифровых технологий, математики и экономики

наименование кафедры

протокол № 8 от

21.04.2022

И.о. заведующего кафедрой

ЦТМиЭ

подпись

Мотина Т. Н.

ФИО

Мурманск
2022

Фонд оценочных средств учебной дисциплины

1. Характеристика результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции (части компетенции)	Этапы (индикаторы) освоения компетенций	Уровень освоения компетенции			
		<i>Ниже порогового</i>	<i>Пороговый (базовый)</i>	<i>Продвинутый</i>	<i>Высокий</i>
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	ИД-2_{ПК-1} применяет информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Частично освоенное умение	В целом успешно, но не систематически осуществляемые	В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы	Сформированное умение
ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	ИД-1_{ПК-5} понимает порядок и принципы составления финансового плана; методики и инструментарий финансового планирования	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания

2. Фонд оценочных средств включает:

2.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:

- тесты;
- практические задания.

2.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме:

- экзамена.

Перечень компетенций (части компетенции)	Этапы формирования (индикаторы достижений) компетенций	Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	ИД-2_{ПК-1} применяет информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Практические задания	Экзаменационные билеты

ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	ИД-1_{ПК-5} понимает порядок и принципы составления финансового плана; методики и инструментарий финансового планирования	Тест	
--	---	------	--

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля знаний, умений, навыков

3.1. Критерии и шкала оценивания практических заданий

С целью развития умений и навыков в рамках формируемых компетенций по дисциплине предполагается выполнение практических заданий на практических занятиях, что позволяет расширить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Перечень практических работ, описание порядка выполнения заданий представлен в методических указаниях по дисциплине.

Компетенция ПК-2, формируемая и оцениваемая на практических занятиях	
Уровень сформированности этапа компетенции	Критерии оценивания
ИД-2_{ПК-1}	
Сформированное умение использовать информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Задание выполнено полностью и правильно. Полнота ответов на вопросы преподавателя.
В целом успешные, но отдельные пробелы в умении использовать информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
В целом успешно, но не систематически осуществляемые умения использовать информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Задания выполнены частично с ошибками.
Частично освоенное умение использовать информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Задание не выполнено

3.2. Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических указаниях к выполнению практических/самостоятельных работ.

В ФОС включен типовой вариант теста:

1. К факторам микросреды маркетинга относятся:
 - а. Законы, правительственные распоряжения;

- б. Контактные аудитории;
 - в. Международные и национальные стандарты.
2. Демографические тенденции, оказывающие отрицательное влияние на конъюнктуру в сфере производства товаров для детей:
- а. Снижение рождаемости;
 - б. Увеличение среднего возраста населения;
 - в. Увеличение количества разводов.
3. Основой моделирования покупательского поведения является:
- а. Сегментация потребителей по какому-либо признаку;
 - б. Выявление мнений покупателей о качестве и ценах товара;
 - в. Выявление зависимости поведения покупателей от различных факторов;
 - г. Влияние коммуникативного воздействия на потребителя.
4. Потребностью высшего уровня в иерархии А. Маслоу является потребность в:
- а. Самоуважении;
 - б. Самовыражении;
 - в. Безопасности;
 - г. Удовлетворении физиологических нужд.
5. При высокой эластичности спроса наблюдается следующая зависимость объема продаж от уровня цен:
- а. Цены понижаются – объем продаж не меняется;
 - б. Цены понижаются значительно - объем продаж существенно не растет;
 - в. Цены понижаются незначительно - объем продаж увеличивается.
6. Если спрос эластичен, для увеличения доходов от продаж следует:
- а. Повысить цену;
 - б. Снизить цену;
 - в. Держать цену неизменной.
7. В ситуации снижающегося спроса следует использовать:
- а. Демаркетинг;
 - б. Ремаркетинг;
 - в. Синхромаркетинг;
 - г. Конверсионный маркетинг;
 - д. Поддерживающий маркетинг;
 - е. Противодействующий маркетинг;
 - ж. Стимулирующий маркетинг;
 - з. Развивающий маркетинг.

Критерии оценки тестирования обучающихся

Компетенция ПК-5, оцениваемая с помощью тестового задания	
Уровень сформированности	Критерии оценивания
ИД-1ПК-5	
Сформированные систематические знания порядка и принципов составления финансового плана; методик и инструментария финансового планирования	90-100 % правильных ответов
Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания порядка и принципов составления финансового плана; методик и инструментария финансового планирования	70-89 % правильных ответов

Общие, но не структурированные знания порядка и принципов составления финансового плана; методик и инструментария финансового планирования	50-69 % правильных ответов
Фрагментарные знания порядка и принципов составления финансового плана; методик и инструментария финансового планирования	49% и меньше правильных ответов

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации

4.1. Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины с экзаменом.

Для дисциплин, заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

Список вопросов к экзамену

1. Понятие и содержание процесса исследования рынка.
2. Объект и предмет исследования рынка.
3. Постановка проблемы исследования рынка.
4. Разработка концепции исследования рынка.
5. Функциональная роль исследования рынка.
6. Цели и задачи исследования рынка.
7. Научная и практическая эффективность исследования рынка.
8. Эволюция исследования рынка.
9. Исследование рынка: определения, сущность, классификация.
10. Исследование закономерностей рынка.
11. Требования, предъявляемые к информационной базе исследования рынка.
12. Характеристики рынка, подлежащие исследованию.
13. Основные этапы исследования рынка.
14. Диалектический подход к исследованию рынка.
15. Процессный подход к исследованию рынка.
16. Ситуационный подход к исследованию рынка.
17. Функциональный подход к исследованию рынка.
18. Рефлексионное исследование рынка.
19. Системный подход к исследованию сегментов рынка.
20. Системный анализ в исследовании рынка.
21. Состав и выбор методов исследования рынка.
22. Методы творческих совещаний в исследовании рынка.
23. Метод «Дельфи» в исследовании рынка.
24. Экспертные оценки в исследовании рынка.
25. Метод «дерева целей» в исследовании рынка.
26. Метод ранжирования рисков в исследовании рынка.
27. Морфологические методы в исследовании рынка.
28. Тестирование в исследовании рынка.
29. Факторный и корреляционный анализ в исследовании рынка.

30. Теория игр в исследовании рынка.
31. Линейное программирование в задачах исследования рынка.
32. Теория случайных процессов в исследовании рынка.
33. Параметрическое исследование рынка.
34. Логический аппарат в исследовании рынка.
35. Планирование процесса исследования рынка.
36. Организация процесса исследования рынка.
37. Основные понятия по диагностике рынка.
38. Методика диагностики состояния рынка.
39. Социологические исследования рыночных предпочтений потребителей.
40. Исследование рынка посредством социально-экономического экспериментирования.

Ответы на экзаменационные вопросы оцениваются по критериям и шкале, представленным в таблице:

Оценка	Баллы	Критерии оценки ответа на экзамене
<i>Отлично</i>	20	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
<i>Хорошо</i>	15	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.
<i>Удовлетворительно</i>	10	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
<i>Неудовлетворительно</i>	0	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» – 20 баллов, «4» – 15 баллов, «3» – 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля:

Уровень сформированности компетенций	Итоговая оценка по дисциплине	Суммарные баллы по дисциплине, в том числе	Критерии оценивания
<i>Высокий</i>	<i>Отлично</i>	91 – 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне.

			Экзамен сдан
<i>Продвинутый</i>	<i>Хорошо</i>	81 – 90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
<i>Пороговый</i>	<i>Удовлетворительно</i>	70 – 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
<i>Ниже порогового</i>	<i>Неудовлетворительно</i>	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

5. Задания для внутренней оценки уровня сформированности компетенций

Оценочные материалы содержат задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующие уровень сформированности компетенций.

Контрольные задания соответствуют принципам валидности, однозначности, надежности и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций (части компетенций).

Код и наименование компетенции (части компетенции)	Этапы формирования (индикаторы достижений) компетенций	Задание для оценки сформированности компетенции
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	ИД-2_{ПК-1} применяет информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Тестовые задания
ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	ИД-1_{ПК-5} понимает порядок и принципы составления финансового плана; методики и инструментарий финансового планирования	Тестовые вопросы

Примеры заданий для внутренней оценки уровня сформированности компетенций

I. Содержание комплекса заданий для проверки индикаторов ИД-1_{ПК-5} компетенции ПК-5

5.1. Примеры заданий (тест) для проверки уровня сформированности компетенции ПК-5.

Тест

Вариант 1

1) Маркетинговое исследование инноваций – это:

- а) то же самое, что и исследование рынка;
- б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа оценки и распространения маркетинговой информации;
- в) исследование маркетинга;

г) систематический сбор, регистрация и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом продуктов и услуг, с целью снижения информационной неопределенности и риска.

2) К исследовательско-аналитической функции маркетинга инноваций не относится:

- а) исследование ассортимента товаров;
- б) организация системы товародвижения;
- в) оценка конкурентов;
- г) изучение внутренней среды организации.

3) Разработка плана маркетингового исследования инноваций включает в себя:

- а) определение проблемы;
- б) выбор метода проведения маркетингового исследования;
- в) определение методов сбора данных;
- г) все перечисленное выше.

4) Сегментирование рынка проводится в целях:

- а) изучения поведения покупателей и потребителей товаров;
- б) установления обоснованной цены на товары;
- в) повышения эффективности рекламы;
- г) полного учета реальных нужд и потребностей потребителей.

5) Под сегментом рынка в маркетинге понимают:

- а) группу товаров, имеющих однотипные характеристики;
- б) совокупность организаций, являющихся поставщиками товаров одной товарной номенклатуры;
- в) группу реальных и потенциальных потребителей, обладающих общими существенными характеристиками покупательского спроса, одинаково реагирующих на маркетинговые усилия компании;
- г) совокупность реальных потребителей товара, имеющих общие существенные признаки.

Вариант 2

1) Маркетинг инноваций начинается:

- а) с разработки и производства товара;
- б) с изучения рынка и спроса потребителей;
- в) с информационной рекламной компании;
- г) с организации сбыта.

2) Стратегия проникновения на рынок эффективна:

- а) если фирма стремится увеличить сбыт существующей продукции;
- б) чтобы фирма не стала чересчур зависимой от одной ассортиментной группы;

- в) когда рынок растет или еще не насыщен;
- г) когда фирма имеет ряд успешных торговых марок и пользуется приверженностью потребителей.

3) Ценовое лидерство обеспечивается:

- а) политикой дифференциации товара;
- б) на основе возможности предприятия снижать затраты на производство продукции;
- в) фокусированием продуктового или ценового преимущества на узком сегменте рынка;
- г) максимизацией цены по товарному комплексу.

4) :Электронный маркетинг (интернет-маркетинг) – это:

- а) электронные технологии, применяемые в электронной коммерции;
- б) совокупность методов и средств организации и осуществления рыночной деятельности предприятия по всем составляющим комплекса маркетинга в информационной сети Интернет в целях получения желаемого отклика от целевой аудитории и удовлетворения потребителей.;
- в) целевое взаимодействие с потребителями в социальных сетях;
- г) нет правильного ответа..

5) Не существует категории электронного бизнеса:

- а) B2B
- б) B2C;
- в) C2B;
- г) C2C;

Вариант 3

1) Основной целью использования интернет - магазинов в маркетинговой деятельности является:

- а) размещение краткой справочной, контактной информации о предприятии;
- б) прямая продажа товара;
- в) информирование потенциальных потребителей о продукции;
- г) привлечение аудитории, сбор информации о потребителях.

2) К агрессивным инструментам маркетинга в Интернете относятся (несколько вариантов ответа):

- а) всплывающие окна;
- б) вирусные программы;
- в) контекстная реклама;
- г) программы отслеживания.

3) Основной целью использования социальных сетей в маркетинговой деятельности является:

- а) вывод на рынок и раскрутка новых или рекламируемых товаров;

- б) привлечение и обслуживание клиентов;
- в) сбор данных о пользователях, исследование их интересов, пристрастий, привычек и т.п.;
- г) размещение краткой справочной, контактной информации о предприятии.

4) На активность использования Интернета во всем мире повлияло:

- а) увеличение населения мира;
- б) возрастание потребительской способности населения;
- в) стремительное внедрение смартфонов;
- г) уменьшение использования традиционных рекламных инструментов.

5) К возможным целям стратегического управления корпоративным блогом относятся (несколько вариантов ответов):

- а) создание дополнительного канала коммуникаций;
- б) получения обратной связи и откликов от клиентов и партнеров;
- в) повышение продаж;
- г) повышение узнаваемости бренда.

Вариант 4

1) Рекламной площадкой является:

- а) размещенное рекламное объявление;
- б) определенная зона на странице сайта;
- в) сайт рекламодателя;
- г) сайт или страница сайта, на котором размещена реклама.

2) Выделяют три стратегические цели сенсорного маркетинга (несколько вариантов ответов):

- а) дифференциация;
- б) сегментация;
- в) мотивация;
- г) позиционирование.

3) Объект изучения нейромаркетинга:

- а) осознаваемые нейродинамические процессы мозга потребителя;
- б) бессознательные психические процессы мозга потребителя;
- в) нейронная активность мозга потребителя, связанная с восприятием и обработкой маркетинговой информации о товарах;
- г) рациональные процессы обработки мозгом потребителя рекламной информации о продукте.

4) К экологическим относят товары (несколько вариантов ответа):

- а) экономически эффективные;
- б) экологически нейтральные;

- в) способствующие защите окружающей среды;
- г) удовлетворяющие запросы товаропроизводителей.

5) Под высокими технологиями понимают:

- а) совокупность методов и инструментов, превосходящих по уровню производительности компетенции позднего большинства;
- б) совокупность технологий, которые формируют технологический уклад;
- в) совокупность методов и инструментов, превосходящих по уровню производительности;
- г) инновации, которые востребованы обществом.

**II. Содержание комплекса заданий для проверки ИД-2ПК-1
компетенции ПК-1**

Задание: Маркетинговые исследования в инновационной сфере. Группа подразделяется на 4-5 человек.

План задания:

Фирма планирует разработать инновационный сотовый телефон. Проведите анализ рынка сотовых телефонов, изучите неудовлетворенный спрос потребителей и сформулируйте инновационные функции, планируемые к разработке. Какими видами источников маркетинговой информации необходимо воспользоваться, какую информацию необходимо собрать? Составьте план маркетингового исследования, максимально формализуйте каждый из этапов, определите источники финансовых ресурсов для составления финансового плана компании.

Критерии оценивания:

- соответствие содержания установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- личный вклад обучающегося;
- владение навыками применения инструментов инновационного маркетинга; основами организации малых коллективов для проведения маркетинговых исследований инноваций
- умение применять основные положения теории инноваций для маркетинговых исследований; проводить маркетинговые исследования в инновационной сфере.

Шкала оценивания комплексного задания

Оценка (баллы)	Критерии оценки
<i>5 «отлично»</i>	90-100 % правильных ответов
<i>4 «хорошо»</i>	70-89 % правильных ответов
<i>3 «удовлетворительно»</i>	50-69 % правильных ответов
<i>2 «неудовлетворительно»</i>	49% и меньше правильных ответов

Сформированность компетенций (этапов) у обучающихся проводится в соответствии с оценочной шкалой.

5.2. Алгоритм, критерии и шкала оценивания сформированности компетенции

Этапы формирования (индикаторы достижений) компетенций	Оценочное средство	Результаты оценивания задания *	Результат оценивания этапа формирования компетенции **	Результат оценивания сформированности компетенции (части компетенций) ***
ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения				
ИД-1 _{ПК-5}	Тестовые вопросы	От 2 до 5 баллов	От 2 до 5 баллов	От 2 до 5 баллов
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления				
ИД-2 _{ПК-1}	Тестовые задания	2 или 5	2 или 5	От 2 до 5 баллов

* Оценка результатов выполнения каждого задания проводится по шкале от 2 до 5 баллов: (5 – «отлично», 4 – «хорошо», 3 – «удовлетворительно» и 2 – «неудовлетворительно»).

** Оценка сформированности компетенции по каждому этапу (индикатору) предполагает расчет среднего арифметического баллов, набранных по всем заданиям проверки этапа сформированности компетенции.

*** Результаты оценивания сформированности компетенции в целом или ее части (согласно РП) определяются как среднее арифметическое баллов, набранных по всем этапам формирования компетенции.

Уровень сформированности компетенции в целом или ее части оценивается по шкале от 2 до 5 баллов:

- менее 2,5 баллов* – уровень сформированности компетенции ниже порогового;
- 2,5-3,4 балла* – пороговый (базовый) уровень сформированности компетенции;
- 3,5-4,4 балла* – продвинутый уровень, компетенция сформирована в полном объеме;
- 4,5-5 баллов* – высокий уровень сформированности компетенции.

Уровень сформированности компетенций (части компетенции)	Характеристика уровня
<i>Высокий (отлично)</i>	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
<i>Продвинутый (хорошо)</i>	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
<i>Пороговый (базовый) (удовлетворительно)</i>	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы,

	большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
<i>Ниже порогового (неудовлетворительно)</i>	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.