

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.12 Маркетинговые исследования и рыночная аналитика

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|--|--|---|
| ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности в | ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации | знает методы проведения исследования рынка и анализа маркетинговой среды организации |
| | | умеет проводить исследование рынка и анализировать маркетинговую среду организации |
| | | владеет навыками навыками проведения исследования рынка и анализа маркетинговой среды организации |
| ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности в | ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет | знает подходы к анализу деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет |
| | | умеет анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет |
| | | владеет навыками навыками анализа конкурентов, в т.ч. в сети интернет |
| ПК-2 Способен и исследовать прогнозировать потребительский спрос | ПК-2.1 Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) | знает способы исследования потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) |
| | | умеет исследовать потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг) |
| | | владеет навыками навыками исследования потребительского спроса и рынков сбыта товаров (услуг) |
| ПК-2 Способен и исследовать прогнозировать потребительский спрос | ПК-2.2 Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках | знает методы прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках |
| | | умеет прогнозировать потребительский спрос на целевых рынках |
| | | владеет навыками навыками прогнозирования потребительского спроса на целевых рынках |

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

| № | Наименование раздела/темы | Семестр | Код индикаторов достижения компетенций | Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций |
|------|---|---------|--|--|
| 1. | 1 раздел. Маркетинговые исследования | | | |
| 1.1. | Введение в маркетинговые исследования | 4 | ПК-2.1 | Собеседование |
| 1.2. | Виды и источники маркетинговой информации | 4 | ПК-2.1 | Тест |
| 1.3. | Формы и методы проведения маркетинговых исследований | 4 | ПК-2.1 | Задачи |
| 1.4. | Процесс маркетинговых исследований | 4 | ПК-2.1 | Собеседование |
| 1.5. | Сегментация рынка | 4 | | Тест |
| 1.6. | Организация маркетинговых исследований на предприятии | 4 | ПК-2.1 | Задачи |
| 1.7. | Конъюнктурный анализ рынка | 4 | ПК-2.1 | Собеседование |
| 1.8. | Конкурентный анализ рынка | 4 | ПК-2.1 | Тест |
| 1.9. | Стратегический анализ рынка | 4 | ПК-2.1 | Задачи |
| | Промежуточная аттестация | | | Эк |

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

| № п/п | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы) |
|--------------------------|----------------------------------|---|---|
| Текущий контроль | | | |
| Для оценки знаний | | | |
| 1 | Собеседование | Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. | Вопросы по темам/разделам дисциплины |

| | | | |
|---|--------------------------|--|------------------------------------|
| 2 | Задачи | Задачи репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и правильное использование специальных терминов и понятий, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; | Комплект задач минимального уровня |
| 3 | Тест | Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. | Фонд тестовых заданий |
| | Для оценки умений | | |
| | Для оценки навыков | | |
| | Промежуточная аттестация | | |
| 4 | Экзамен | Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения. | Комплект экзаменационных билетов |

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Маркетинговые исследования и рыночная аналитика"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

*Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)*

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)