

**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.О.02.01 Маркетинговые исследования в цифровой среде

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

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
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1 Владеет современным и инструментам и, техниками и методами сбора данных о деятельности хозяйствующих субъектов	<b>знает</b> Основы работы с инструментами и методами проведения маркетинговых исследований в цифровой среде
		<b>умеет</b> Применять инструменты и методы проведения маркетинговых исследований в цифровой среде
		<b>владеет навыками</b> Навыками работы с инструментами и методами проведения маркетинговых исследований в цифровой среде
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ОПК-5.1 Разрабатывает теоретические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценки и интерпретации полученных результатов	<b>знает</b> Принципы и подходы к моделированию исследуемых процессов, явлений и объектов в цифровом маркетинге
		<b>умеет</b> Использовать подходы к моделированию исследуемых процессов, явлений и объектов в цифровом маркетинге
		<b>владеет навыками</b> Навыками моделирования исследуемых процессов, явлений и объектов в цифровом маркетинге

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Основы маркетинговых исследований в цифровой среде			

1.1.	Понятие и сущность маркетинговых исследований в цифровом пространстве	1	ОПК-2.1	
1.2.	Методы и технологии маркетинговых исследований	1	ОПК-2.1	
1.3.	Инструменты и платформы анализа данных	1	ОПК-2.1	
1.4.	Интерпретация и использование результатов маркетинговых исследований в цифровой среде	1	ОПК-5.1	
1.5.	Презентация исследовательских проектов в цифровой среде	1	ОПК-5.1, ОПК-2.1	
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)
<b>Текущий контроль</b>			
		Для оценки знаний	
		Для оценки умений	
		Для оценки навыков	
<b>Промежуточная аттестация</b>			
1	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 в цифровой среде"

*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.)*