

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна  
Должность: директор высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова А.Г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Исследования рынка сферы услуг**

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Логистика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	5

Ставрополь, 2026 г.

## Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (направленности (профиль) «Логистика», очная форма обучения

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Исследования рынка сферы услуг».

3. Разработчик: Алиева В.С., ассистент кафедры туризма и индустрии гостеприимства.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель Рубежной А.А. – председатель УМК высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии:

Кулаговская Татьяна Анатольевна – член УМК высшей школы креативных индустрий, заведующий кафедрой туризма и индустрии гостеприимства;

Хохлова Е.В. – член УМК высшей школы креативных индустрий, доцент кафедры туризма и индустрии гостеприимства.

Представитель организации-работодателя: Дрижд Н.А. – логист ООО «Темп».

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Исследования рынка сферы услуг» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Логистика» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

**Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-1</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-2. ПК-1. Применяет современные инновационные технологии для создания конкурентоспособных услуг	Не знаком с современными инновационными технологиями в сфере профессиональной деятельности. Не способен применять технологии для создания услуг, не понимает факторов, обеспечивающих конкурентоспособность услуг.	Имеет общее представление о существовании инновационных технологий, но не владеет навыками их практического применения. При создании услуг использует только традиционные подходы, что не позволяет обеспечить их конкурентоспособность на рынке.	Знает основные виды современных инновационных технологий и понимает их потенциальные преимущества. Способен применять отдельные технологические решения при создании услуг, но делает это шаблонно, без адаптации к конкретным условиям и потребностям целевой аудитории. Услуги обладают отдельными конкурентоспособными характеристиками, но не в полной мере соответствуют современным требованиям рынка.	В полной мере владеет современными инновационными технологиями и эффективно применяет их для создания конкурентоспособных услуг. Самостоятельно анализирует рыночные тренды, изучает потребительские предпочтения и выбирает наиболее перспективные технологические решения. Создаваемые услуги отличаются высокой конкурентоспособностью, уникальностью, востребованностью и соответствуют актуальным стандартам качества.
<i>Компетенция: ПК-2</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-2.ПК-2 Способен проводить экономическое обоснование	Не способен проводить экономическое обоснование управленческих решений в логистике. Не владеет методами	Демонстрирует поверхностные знания в области экономического обоснования управленческих решений. Способен выполнять	Владеет базовыми методами экономического обоснования управленческих решений в логистике.	На высоком профессиональном уровне проводит комплексное экономическое обоснование управленческих решений в

<p>управленческих решений в логистике, проектировать и оптимизировать деятельность логистических подразделений и предпринимательских структур</p>	<p>проектирования и оптимизации деятельности логистических подразделений и предпринимательских структур. Не понимает взаимосвязи между логистическими процессами и экономическими показателями деятельности.</p>	<p>простейшие расчеты отдельных экономических показателей, но не учитывает комплексное влияние управленческих решений на деятельность логистических подразделений. Предлагаемые проектные решения носят шаблонный характер и не учитывают специфику конкретной предпринимательской структуры. Оптимизация деятельности проводится фрагментарно, без системного подхода.</p>	<p>Способен проектировать деятельность логистических подразделений, используя типовые подходы и учитывая основные факторы. Проводит оптимизацию отдельных логистических процессов, но не всегда может оценить системный эффект от предлагаемых изменений. Допускает незначительные ошибки в расчетах экономической эффективности и в выборе приоритетных направлений оптимизации.</p>	<p>логистике с использованием современных методов анализа и оценки эффективности. Самостоятельно проектирует эффективную структуру, бизнес-процессы и регламенты деятельности логистических подразделений и предпринимательских структур. Системно оптимизирует их деятельность, применяя передовые подходы, инструменты и методы моделирования. Обеспечивает экономическую эффективность принимаемых решений, корректно рассчитывает все необходимые показатели, прогнозирует долгосрочные последствия и предлагает обоснованные рекомендации по совершенствованию деятельности.</p>
---	--	---	---	---

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	в	<p>Что такое маркетинговое исследование?</p> <p>а) изучение теории маркетинга;  б) деятельность маркетинговой службы;  в) исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей маркетинга.</p>	ПК-1
2.	а	<p>Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:</p> <p>а) внешней информацией;  б) внутренней первичной информацией;  в) внутренней вторичной информацией.</p>	ПК-1
3.	а	<p>Какие из нижеперечисленных не относятся к способам оказания услуг?</p> <p>а) привлечение покупателя к фиксированному местоположению;  б) доставка товара в месторасположения клиента;  в) оказание услуги на месте работы или проживания клиента;  г) клиент и компания взаимодействуют на расстоянии.</p>	ПК-1
4.	а	<p>7. Какая концепция предполагает, что потребители заинтересованы в услугах, доступных по стоимости?</p> <p>а) концепция совершенствования услуги;  б) концепция интенсификации коммерческой деятельности;  в) концепция традиционного маркетинга;  г) концепция совершенствования процесса производства услуг.</p>	ПК-1

5.	в	При продвижении услуги в связи с ее неосязаемостью фирме необходимо акцентировать внимание: а) на высоком качестве услуги; б) на доступной цене; в) на компетентности, квалификации и заботе обслуживающего персонала; г) на доступности услуги.	ПК-1
6.	а	Какая форма не относится к неотделимости услуг от источника? а) неотделимость покупателя от процесса предоставления услуги; б) совместное потребление некоторых услуг; в) производство и потребление имеют временной разрыв.	ПК-1
7.		Основные характеристики услуг	ПК-1
8.		Ценовая система, адаптирующаяся к рынку	ПК-1
9.		Источники маркетинговой информации и принципы их отбора	ПК-1
10.		Проведение маркетинговых исследований	ПК-1
11.		Стратегические перспективы развития рынков услуг на российских территориях	ПК-2
12.		Конкуренты и их производственные зоны по сегментам рынка услуг	ПК-2
13.		Оценка экономической эффективности рынка услуг	ПК-2
14.		Интегрированные маркетинговые коммуникации	ПК-2
15.		Конкурентная среда рынка услуг	ПК-2
16.		Фазы развития систем потребления	ПК-2
17.		Анализ спроса на рынке услуг	ПК-2
18.		Оценка удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг	ПК-2
19.		Определение ёмкости рынка в долгосрочном периоде	ПК-2
20.		Выявление перспективных рыночных ниш	ПК-2

## **2. Описание шкалы оценивания**

Успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

## **3. Критерии оценивания компетенций**

*«Оценка «отлично» выставляется студенту, если компетенции ПК-1. ПК-2 полностью освоены на высоком уровне. Знает динамичность процессов рынка; разделение рынка по территории и нишам; высокую скорость оборота капитала компании; чувствительность процесса к переменам в конъюнктуре рынка; исследование ресурсов; анализ общего влияния на рынок услуг внешних и внутренних факторов; анализ спроса на услугу в выбранном регионе; детальное изучение точки или точек реализации услуги, маркетинговых позиций в регион; изучение портрета потребителя данной услуги; оценку спроса и предложения; изучение каналов сбыта и распространения услуги; изучение ценовой политики; исследование эффективности рекламных мероприятий; этапы подготовки к анализу рынка; комплексный анализ рынка услуг; порядок исследования рынка; оставление и изучение социально-демографического портрета потребителя услуг; оценка удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг; популярность поставщиков услуг среди целевой аудитории; изучение ожиданий клиентов, относительно ценовых факторов выбора, уровня сервиса и многих других; исследование компаний, посредством которых фирма предоставляет услуги; анализ особенностей ключевых потребителей, доля расходов которых на приобретение услуги больше в сравнении с другими группами клиентов; изучение жалоб и предложений клиентов для недопущения или устранения подобных прецедентов в будущем; определение ёмкости и изменений рынка в долгосрочном периоде; оценка доли рынка, которую занимает компания и её конкуренты; выявление перспективных рыночных ниш; анализ внешних факторов и условий, оказывающих влияние на рынок услуг.*

*Оценка «хорошо» выставляется студенту, если компетенции ПК-1. ПК-2 полностью освоены на базовом уровне. Знает динамичность процессов рынка; разделение рынка по территории и нишам; высокую скорость оборота капитала компании; чувствительность процесса к переменам в конъюнктуре рынка; исследование ресурсов; анализ общего влияния на рынок услуг внешних и внутренних факторов; анализ спроса на услугу в выбранном регионе; детальное изучение точки или точек реализации услуги, маркетинговых позиций в регион; изучение портрета потребителя данной услуги; оценку спроса и предложения; изучение каналов сбыта и распространения услуги; изучение ценовой политики; исследование эффективности рекламных мероприятий; этапы подготовки к анализу рынка; комплексный анализ рынка услуг; порядок исследования рынка; оставление и изучение социально-демографического портрета потребителя услуг; оценка удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг; популярность поставщиков услуг среди целевой аудитории; изучение ожиданий клиентов, относительно ценовых факторов выбора, уровня сервиса и многих других; исследование компаний, посредством которых фирма предоставляет услуги; анализ особенностей ключевых потребителей.*

*Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если компетенции ПК-1. ПК-2 полностью освоены на базовом уровне. Знает динамичность процессов рынка; разделение рынка по территории и нишам; высокую скорость оборота капитала компании; чувствительность процесса к переменам в конъюнктуре рынка; исследование ресурсов; анализ общего влияния на рынок услуг внешних и внутренних факторов; анализ спроса на услугу в выбранном регионе; детальное изучение точки или точек реализации услуги, маркетинговых позиций в регион; изучение портрета потребителя данной услуги; оценку спроса и предложения; изучение каналов сбыта и распространения услуги; изучение ценовой политики; исследование эффективности рекламных мероприятий; этапы*

*подготовки к анализу рынка; комплексный анализ рынка услуг.*

*Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если компетенции ПК-1. ПК-2 не освоены не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.*

При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче экзамена не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ. Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.