

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41
Уникальный программный ключ:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
экономики и управления
доктор экономических наук,
профессор
Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Маркетинговые исследования»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	Очная
Реализуется в семестре	7

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинговые исследования» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.
2. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Маркетинговые исследования»
3. Разработчик: Бережная О.В., профессор кафедры менеджмента
4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Воронцова Г.В. бакалавриат - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры менеджмента.

Представитель организации-работодателя: Даренская Евгения Николаевна, директор ООО «Регион-ресурс»

Экспертное заключение:

фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинговые исследования» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

«10» января 2025 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

Компетенция(ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетвори тельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворитель но) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-1 - Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Применяет навыки сбора, группировки и систематизации информации, необходимой для анализа внутренней и внешней среды организации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга <i>Индикатор:</i> <i>ИД-1. ПК-1.</i>	не владеет навыками сбора, группировки и систематизации информации о состоянии и динамике развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды, конкурентов, поставщиков, потребителей; не умеет применять цифровые технологии для сбора и обработки маркетинговой информации и принятия маркетинговых решений	владеет навыками сбора, группировки и систематизации информации о состоянии и динамике развития рынков	владеет навыками сбора, группировки и систематизации информации о состоянии и динамике развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды, конкурентов, поставщиков, потребителей	владеет навыками сбора, группировки и систематизации информации о состоянии и динамике развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды, конкурентов, поставщиков, потребителей; умеет применять цифровые технологии для сбора и обработки маркетинговой информации и принятия маркетинговых решений
<i>Компетенция: ПК-2 - Способен принимать организационно-управленческие решения по управлению бизнес-процессами в маркетинге</i>				

Результаты обучения по дисциплине: Понимает и знает особенности исследования, планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта на основе потребительского поведения <i>Индикатор:</i> <i>ИД-1. ПК-2.</i>	не умеет оценивать и анализировать потребительское поведение в целях разработки прогнозов спроса на конкретных рынках с использованием количественных и качественных инструментов	умеет оценивать и анализировать потребительское поведение	умеет оценивать и анализировать потребительское поведение в целях разработки прогнозов спроса с использованием качественных инструментов	умеет оценивать и анализировать потребительское поведение в целях разработки прогнозов спроса на конкретных рынках с использованием количественных и качественных инструментов
--	--	--	---	---

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
1.	в)	Big Data позволяет использовать в маркетинговых исследованиях: а) вторичные данные б) активно собранные данные в) пассивно собранные данные г) электронные данные	ПК-1
2.	а)	Групповая выборка — это: а) разложение генеральной совокупности на отдельные группы б) выборка по нескольким видам товаров в) выборка по нескольким направлениям г) выборка по нескольким параметрам	ПК-1
3.	а)	Вторичные источники информации — это: а) издания государственных учреждений и СМИ б) коммерческая информация в) информация компании г) финансовые и учетные документы	ПК-1
4.	г)	Модератор-исследователь должен:	ПК-2

		а) уметь перестроить группу по своему желанию б) обладать гипнотическими способностями в) владеть литературной лексикой г) иметь склонность к психоанализу	
5.	в)	Перенесение темпов, пропорций и динамики, выявленных в прошлом, на будущие периоды а) сетевое планирование б) мониторинг в) экстраполяция г) кластер-анализ	ПК-2
6.	а)	Обзорный мониторинг — это постоянный контроль ... а) рекламы с выдачей обзоров за некоторый период в определенных секторах рынка б) качества товаров с выдачей обзоров за некоторый период в определенных секторах рынка в) деятельности фирм-конкурентов с выдачей обзоров за некоторый период в определенных секторах рынка г) товарного рынка с выдачей обзоров за некоторый период в определенных секторах рынка	ПК-2
7.		Прикладные пакеты КонСи	ПК-1
8.		Виды и источники маркетинговой информации. Первичные и вторичные	ПК-1

		данные	
9.		Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований	ПК-1
10.		Методы отбора информации: случайный, систематический, кластерный, стратифицированный, многоступенчатая выборка	ПК-1
11.		Экспертные методы прогнозирования	ПК-1
12.		Обоснование выбора отдельных методов маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки	ПК-1
13.		Определение, цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Объекты и субъекты маркетинговых исследований.	ПК-2
14.		Экспертные методы прогнозирования	ПК-2
15.		Комплексный стратегический анализ ситуации	ПК-2
16.		Содержание отчета о проведении исследования	ПК-2
17.		Этапы маркетинговых исследований	ПК-2
18.		Организационные основы маркетинговых исследований	ПК-2
19.	го Д производств о нефтепродуктов, млн. т. абсолютный прирост средний абсолютный прирост темпа роста среднего темпа прогноза прогноза	Изучите динамику показателей рынка нефтепродуктов, приведенных в таблице 1 (цифры условные), для чего вычислите абсолютный прирост, средний абсолютный прирост, темп роста и средний темп роста за период исследования. Дайте прогнозную оценку производства нефтепродуктов с использованием среднего абсолютного прироста и среднего темпа роста рынка	ПК-2

					п р о с т а	лю тн о г о п р и р о с т а	г о т е м п а р о с т а	нефтепродуктов. <i>Образец расчетов приведен за 2013 год. При расчетах должны быть заполнены все пустые ячейки.</i>																																																																	
2 0 1 2	145 28	-	-	-	-	-	-																																																																		
2 0 1 3	143 46	-1 82	-	9 8 , 7 4 7 2 5					<table><tr><td>год</td><td>2012</td><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td></tr><tr><td>производство нефтепродуктов, млн. т.</td><td>14528</td><td>14346</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>абсолютный прирост</td><td>-</td><td>-182</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>средний абсолютный прирост</td><td>-</td><td>-</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>темп роста</td><td>-</td><td>98,74725</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>средний темп роста</td><td>-</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>прогноз на основе среднего абсолютного прироста</td><td>-</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>прогноз на основе среднего темпа роста</td><td>-</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	производство нефтепродуктов, млн. т.	14528	14346						абсолютный прирост	-	-182						средний абсолютный прирост	-	-						темп роста	-	98,74725						средний темп роста	-							прогноз на основе среднего абсолютного прироста	-							прогноз на основе среднего темпа роста	-						
год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018																																																																		
производство нефтепродуктов, млн. т.	14528	14346																																																																							
абсолютный прирост	-	-182																																																																							
средний абсолютный прирост	-	-																																																																							
темп роста	-	98,74725																																																																							
средний темп роста	-																																																																								
прогноз на основе среднего абсолютного прироста	-																																																																								
прогноз на основе среднего темпа роста	-																																																																								
2 0 1 4	152 47	90 1	-	1 0 6 , 2 8 0 5																																																																					

	2 0 1 5	167 74	15 27	-	1 1 0 , 0 1 5 1					
	2 0 1 6	185 55	17 81	-	1 1 0 , 6 1 7 6					
	2 0 1 7	199 64	14 09	-	1 0 7 , 5 9 3 6					

	2018 21596 1632 - 108,1747		
	2019 22161 565 1090,429 1026,2 1006,2 2325,43 2338,95		
20.	Для определения доли продукции первого сорта во всей партии воспользуемся формулой $w - \Delta_w \leq p \leq w + \Delta_w$ Расчет средней и предельной ошибки выборки проведем по формуле $\Delta_w = t \sqrt{\sigma}$ $1,9 \cdot 2 \cdot \sqrt{\sigma}$ Отсюда $95 - 1,9 < p < 95 + 1,9$	Из 500 отобранных изделий 95 % соответствовали первому сорту. Определите среднюю ошибку выборки и границы, в которых находится доля продукции первого сорта во всей партии, с вероятностью 0,954.	ПК-1

	93.1 <p<96.9		
--	--------------	--	--

2. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Маркетинговые исследования», соотнесенные с индикаторами достижения компетенций ПК-1 и ПК-2, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Для получения зачета необходимо пройти мероприятия текущего контроля успеваемости в семестре на оценку не ниже «удовлетворительно».

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.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, принимает правильные управленческие решения, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенций ПК-1 и ПК-2 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенций ПК-1 и ПК-2 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенций ПК-1 и ПК-2 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенций ПК-1 и ПК-2 не достигнуты.