

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Иркутский государственный университет путей сообщения»

Красноярский институт железнодорожного транспорта

– филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»
(КРИЖТ ИрГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Председатель секции СОП

канд. техн. наук Е.М. Лыткина



«17» марта 2020 г.

протокол № 8

Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования

рабочая программа дисциплины

Направление подготовки – 23.03.01 Технология транспортных процессов

Профиль подготовки – Логистика и менеджмент на транспорте

Программа подготовки – прикладной бакалавриат

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – заочная

Нормативный срок обучения – 5 лет

Кафедра-разработчик программы – Управление персоналом

Общая трудоемкость в з.е. – 3

Формы промежуточной аттестации на курсах:

Часов по учебному плану – 108

зачет – 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4	Итого
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	12	12
– лекции	6	6
– практические (семинарские) занятия	6	6
Самостоятельная работа	92	92
Зачет	4	4
Итого	108	108

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (уровень бакалавриата), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.03.2015 г. № 165, и на основании учебного плана по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов», профиль «Логистика и менеджмент на транспорте», утвержденного приказом ректора ИрГУПС от 08 мая 2020 г. № 268-1.

Программу составил:
канд. экон. наук, доцент



А.С. Данилова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе для обучения обучающихся по направлению подготовки 23.03.01 Технология транспортных процессов на заседании кафедры "Управление персоналом".

Протокол от «12» марта 2020 г. № 8
Срок действия программы: 2020-2025 гг.

И.о.зав. кафедрой, канд. техн. наук, доцент



В.О.Колмаков

Согласовано

Заведующий библиотекой



Е.А. Евдокимова

1 ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1 Цели освоения дисциплины	
1	Целью изучения учебной дисциплины «Технология проведения маркетингового исследования» является формирование у обучающихся необходимых знаний и практических навыков по основным принципам и методам управления логистическими процессами в области подготовки и проведения маркетинговых исследований, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью
1.2 Задачи освоения дисциплины	
1	дать представление о целостной системе знаний маркетинговых исследованиях;
2	сформировать общие навыки подготовки и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
1	Б1.В.09 Организация специальных видов перевозок
2	Б1.В.ДВ.03.01 Коммерческая деятельность на транспорте
3	Б1.В.ДВ.03.02 Основы внешнеэкономической деятельности
4	Б1.В.ДВ.08.01 Модели и методы прогнозирования транспортного спроса
5	Б1.В.ДВ.08.02 Исследование транспортно-логистических систем
6	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура
7	Б1.В.13 Транспортный маркетинг
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:	
1	Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте
2	Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная
3	Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
4	Б1.В.ДВ.09.01 Перемещение, учет и хранение товарно-материальных ценностей
5	Б1.В.ДВ.09.02 Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
6	Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ПК-4 способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	частично нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
Уметь	фрагментарно применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
Владеть	частично навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	в основном нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
Уметь	в основном применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
Владеть	в основном навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	в полном объеме нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
Уметь	в полной мере применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
Владеть	в полной мере навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
ПК-13 способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по	

профилю производственного подразделения	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	частично методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
Уметь	фрагментарно работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
Владеть	частично навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	в основном методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
Уметь	в основном работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
Владеть	в основном навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	в полном объеме методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
Уметь	в полной мере работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
Владеть	в полной мере навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать	
1	нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;
2	методы проведения маркетингового исследования;
3	особенности проведения социологических исследований;
4	методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
Уметь	
1	применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
2	систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;
3	подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
	работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
Владеть:	
1	навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования;
2	навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
3	навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часы	Код компетенции	Учебная литература, ресурсы сети Интернет
	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования				
1.1	Введение в маркетинговые исследования. Содержание и направления маркетинговых исследований /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.2	Введение в маркетинговые исследования. Содержание и направления маркетинговых исследований /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.3	Введение в маркетинговые исследования. Содержание и направления маркетинговых исследований /Ср/	4	14	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.4	Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.5	Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.6	Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований /Ср/	4	14	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.7	Разработка плана маркетинговых исследований. /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8
1.8	Разработка плана маркетинговых исследований /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 – 6.2.8

1.9	Разработка плана маркетинговых исследований /Ср/	4	14	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга					
2.1	Процесс маркетинговых исследований /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.2	Процесс маркетинговых исследований /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.3	Процесс маркетинговых исследований /Ср/	4	14	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.4	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.5	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.6	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях /Ср/	4	14	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.4	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании. /Лек/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.5	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании /Пр/	4	1	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.7	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании /Ср/	4	22	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8
2.8	Зачет	4	4	ПК - 4, ПК - 13	6.1.1.1 - 6.1.1.2, 6.1.2.1 - 6.1.2.3, 6.2.1 - 6.2.8

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разрабатывается в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации № П.312000.06.7.188-2017.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине оформляется в виде приложения № 1 к рабочей программе дисциплины и размещаются в электронной информационно-образовательной среде Университета, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

6.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.1.1	Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов	Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник.- http://znanium.com/bookread2.php?book=608883	М. : ИНФРА-М, 2017	100 % online
6.1.1.2	А. А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова	Маркетинговые исследования: Учебное пособие - http://znanium.com/catalog/product/500604	М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015.	100 % online

6.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.2.1	Н. Г. Каменева, В. А. Поляков	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие.- http://znanium.com/bookread.php?book=351385	М. : Вузовский учебникИНФРА-М, 2013	100 % online

6.1.2.2	ред. В. В. Герасименко	Маркетинг [Текст] : учеб. для ВУЗов.-	М. : ИНФРА-М, 2010	25
6.1.2.3	А. Г. Поршнева [и др.]	Управление организацией [Электронный ресурс] : учебник.- http://znanium.com/catalog/product/453480	М. : ИНФРА-М, 2014	100 % online
6.1.3 Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
6.2.1	Электронная библиотека КрИЖТ ИрГУПС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://irbis.krsk.ircups.ru/ (после авторизации).			
6.2.2	Электронная библиотека «УМЦ ЖДТ» [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://umczdt.ru/books/ (после авторизации).			
6.2.3	Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : http://znanium.com (после авторизации).			
6.2.4	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : http://e.lanbook.com (после авторизации).			
6.2.5	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : http://biblioclub.ru (после авторизации).			
6.2.6	Научно-техническая библиотека МИИТа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://library.miit.ru/umc/umc/login (после авторизации).			
6.2.7	Российские железные дороги [Электронный ресурс] : [Офиц. сайт]. – М. : РЖД. - Режим доступа : http://www.rzd.ru/ .			
6.2.8	Красноярский центр научно-технической информации и библиотек (КрЦНТИБ) [Электронный ресурс]. – Красноярск. – Режим доступа : http://dcnti.krwrzd (из локальной сети).			
6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)				
6.3.1 Перечень базового программного обеспечения				
6.3.1.1	Microsoft Windows Vista Business Russian, авторизационный номер лицензиата 64787976ZZS1011, номер лицензии 44799789. Microsoft Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition (дог №2 от 29.05.2014 – 100 лицензий; дог №0319100020315000013-00 от 07.12.2015 – 87 лицензий).			
6.3.2 Перечень специализированного программного обеспечения				
6.3.2.1	Не используется			
6.3.3 Перечень информационных справочных систем				
6.3.3.1	Консультант Плюс: Версия Проф [Электронный ресурс] : справочно-правовая система – Режим доступа : http://www.consultant.ru/ (из локальной сети).			
6.3.3.2	Гарант [Электронный ресурс]: справочно-правовая система – Режим доступа : http://www.garant.ru/ (из локальной сети).			
6.4 Правовые и нормативные документы				
6.4.1	Не используется			
7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ				
7.1	Корпуса А, Л, Т, Н КрИЖТ ИрГУПС находятся по адресу г. Красноярск, ул. Новая Заря, д. 2И; корпус К - г. Красноярск, ул. Ладо Кецохели, д. 89			
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран), служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты, таблицы), обеспечивающие тематические иллюстрации содержания дисциплины. Мультимедийная аппаратура, электронные презентации, видеоматериалы, доска, мел, видеофильмы, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), наглядные пособия (презентации).			
7.3	Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду КрИЖТ ИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: – читальный зал библиотеки;			

	<ul style="list-style-type: none"> – учебная аудитория К-105; - методический кабинет К-311, К-313 – компьютерные классы Л-203, Л-214, Л-410, Т-5,Т-46.
7.4	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования А-307.
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	
Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося
Лекция	<p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сущность и содержание маркетинговых исследований; • процесс разработки и проведения маркетинговых исследования • роль прикладных офисных программ в проведении маркетинговых исследований;
Практическое занятие	<p>Для того, чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что занятия проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул для активной проработки лекции.</p> <p>К каждому занятию студенты готовятся заранее, необходимо написать краткий конспект на все вопросы, выносимые для обсуждения на практические занятия. По каждой теме должны быть докладчики с сообщением и презентацией. Докладчику следует подготовить практические примеры и/или ситуационные задачи для слушателей по теме своего сообщения. Создание и решение ситуационных задач оценивается дополнительными баллами.</p> <p>Важный критерий усвоения теоретического материала – умение решать проблемные ситуации и пройти тестирование по пройденному материалу.</p> <p>Если в процессе работы над изучением материала у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. Студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения.</p> <p>Контроль текущей успеваемости студентов осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия, по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – посещаемость практических занятий; – эффективность работы студента в аудитории; – полнота выполнения домашних заданий; – результаты тестирования по всем разделам дисциплины.
Самостоятельная работа	<p>Цели внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • стимулирование познавательного интереса; • закрепление и углубление полученных знаний и навыков; • развитие познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности, ответственности и организованности; • подготовка к предстоящим занятиям; • формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; • формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний и умений, и, в том числе, формирование компетенций. <p>Традиционные формы самостоятельной работы студентов следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа с конспектом лекции, т.е. дополнение конспекта учебным материалом (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы, нормативных документов и материалом электронного ресурса и сети Интернет); – чтение текста (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы); – конспектирование текста (работа со справочниками, нормативными документами); – подготовка сообщений на семинаре; – подготовка рефератов на заданную тему; – подготовка доклада/статьи на конференцию; – решение практических (кейсовых) ситуаций и типовых задач; – выполнение контрольной работы (для заочной формы обучения); – подготовка к практическому занятию.
<p>Комплексе учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины, размещен в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет и Электронную библиотеку (ЭБ КриЖТ ИрГУПС) http://irbis.krsk.irkups.ru</p>	

**Приложение 1 к рабочей программе по дисциплине
Б1.В.ДВ.04.02 «Технология проведения маркетингового исследования»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации по дисциплине**

**Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового
исследования**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования разработан в соответствии с ФГОС ВО по направлению 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (уровень бакалавриата), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 марта 2015 г. № 165, и на основании учебного плана по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов», профиль 2 Логистика и менеджмент на транспорте, одобренного Учёным советом КрИЖТ ИрГУПС от 20.05.2019 г. Протокол № 10

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования прошел экспертизу на соответствие требованиям 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (уровень бакалавриата) профиль 2 Логистика и менеджмент на транспорте, рассмотрен и рекомендован к внедрению на заседании секции СОП по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (уровень бакалавриата).

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дисциплина «Технология проведения маркетингового исследования» участвует в формировании компетенции:

ПК-4 способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом

ПК-13 способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения

Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций ПК-4, ПК -13 при освоении образовательной программы (очное обучение)

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Семестр изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ПК-4	способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом	Б1.В.09 Организация специальных видов перевозок	4	1
		Б1.В.ДВ.03.01 Коммерческая деятельность на транспорте	5	2
		Б1.В.ДВ.03.02 Основы внешнеэкономической деятельности	5	2
		Б1.В.ДВ.04.01 Подготовка и осуществление перевозки грузов в цепи поставок	6	3
		Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования	6	3
		Б1.В.ДВ.08.01 Модели и методы прогнозирования транспортного спроса	4	1
		Б1.В.ДВ.08.02 Исследование транспортно-логистических систем	4	1
		Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте	8	4
		Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная	8	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	4
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура	2	1
		Б1.В.13 Транспортный маркетинг	5	3
		Б1.В.ДВ.04.01 Подготовка и осуществление перевозки грузов в цепи поставок	6	4
		Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования	6	4
		Б1.В.ДВ.09.01 Перемещение, учет и хранение товарно-материальных ценностей	8	5

		Б1.В.ДВ.09.02 Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	8	5
		Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	4,6	2,4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	5

Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций ПК-4, ПК -13 при освоении образовательной программы (заочное обучение)

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Курс изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ПК-4	способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом	Б1.В.09 Организация специальных видов перевозок	3	1
		Б1.В.ДВ.03.01 Коммерческая деятельность на транспорте	3	1
		Б1.В.ДВ.03.02 Основы внешнеэкономической деятельности	3	1
		Б1.В.ДВ.04.01 Подготовка и осуществление перевозки грузов в цепи поставок	4	2
		Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования	4	2
		Б1.В.ДВ.08.01 Модели и методы прогнозирования транспортного спроса	3	1
		Б1.В.ДВ.08.02 Исследование транспортно-логистических систем	3	1
		Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте	4	2
		Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная	5	3
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	3
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура	1	1
		Б1.В.13 Транспортный маркетинг	3	2
		Б1.В.ДВ.04.01 Подготовка и осуществление перевозки грузов в цепи поставок	4	3
		Б1.В.ДВ.04.02 Технология проведения маркетингового исследования	4	3

		Б1.В.ДВ.09.01 Перемещение, учет и хранение товарно-материальных ценностей	5	4
		Б1.В.ДВ.09.02 Обеспечение закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	5	4
		Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	3,4	2,3
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	4

**Таблица соответствия уровней освоения компетенций ПК-4, ПК-13
планируемым результатам обучения**

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов/тем дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	
ПК-4	способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Минимальный уровень	Знать	частично нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
				Уметь	фрагментарно применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
				Владеть	частично навыками подготовки и планирования проведения

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов/тем дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	
					маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
			Базовый уровень	Знать	в основном нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
				Уметь	в основном применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
				Владеть	в основном навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
			Высокий уровень	Знать	в полном объеме нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов/тем дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	
					деятельность; методы проведения маркетингового исследования; особенности проведения социологических исследований;
				Уметь	в полной мере применять и определять подходящие методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;
				Владеть	в полной мере навыками подготовки и планирования проведения маркетингового исследования; навыками подготовки отчетов, рекомендаций и предложений по результатам маркетинговых исследований;
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов	Минимальный уровень	Знать	частично методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов	Минимальный уровень	Уметь	фрагментарно работать со специализированным и программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов/тем дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	
		комплекса маркетинга		Владеть	частично навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;
			Базовый уровень	Знать	в основном методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
				Уметь	в основном работать со специализированным и программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
				Владеть	в основном навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;
			Высокий уровень	Знать	в полном объеме методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов;
				Уметь	в полной мере работать со специализированным и программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;
				Владеть	в полной мере навыками обработка полученных данных с помощью прикладных офисных программ;

Программа контрольно-оценочных мероприятий за период изучения дисциплины (очное обучение)

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятия, тема / раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)
4 семестр				
1	1-17	Текущий контроль	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК - 4, ПК - 13 Конспект (письменно), Разноуровневые задачи и задания Тест
2	17-18	Промежуточная аттестация – зачет	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК - 4, ПК - 13 Собеседование (устно)

Программа контрольно-оценочных мероприятий за период изучения дисциплины (заочное обучение)

№	Курс	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятия, тема / раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)
4 курс				
1	4	Текущий контроль	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК - 4, ПК - 13 Конспект (письменно), Разноуровневые задачи и задания Тест
2	4	Промежуточная аттестация – зачет	Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПК - 4, ПК - 13 Контрольная работа (письменно) Собеседование (устно)

№	Курс	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятия, тема / раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)
			Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и/или двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств сформированности компетенций представлен в таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
Текущий контроль успеваемости			
1	Конспект	Средство, позволяющее формировать и оценивать способность обучающегося к восприятию, обобщению и анализу информации. Может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся	Темы конспектов по дисциплине (МУ к конспекту лекций)

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
2	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся; – реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся; – творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения; может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся 	Контрольные вопросы по практическим работам по дисциплине (МУ к практическим работам)
3	Тест	Средство, позволяющее выявить уровень и качество усвоения материала.	Тесты по темам дисциплины (информационный ресурс «Енисей», http://newsdo.krsk.irkups.ru), тесты по компетенциям
4	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Рекомендуется для оценки знаний и умений обучающихся.	Комплекты контрольных заданий по темам дисциплины (не менее двух вариантов) для студентов заочной формы обучения)
Промежуточная аттестация (очная форма)			
4	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыков и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине.	Вопросы и задачи к зачету

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета, а также шкала для оценивания уровня освоения компетенций

Шкала оценивания		Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«отлично»	«зачтено»	Ответ логически структурирован, содержит полное раскрытие содержания теоретических вопросов, с рассмотрением различных точек зрения, встречающихся в экономической литературе, по ним (в случае если это предполагает содержание вопроса), высказыванием и обоснованием собственного мнения; решение задачи полностью верно и строго соответствует ее условию, результаты расчетов оформлены строго согласно предъявляемым требованиям, а в выводах содержится обобщение результатов анализа, количественное измерение выявленных потерь и экономическая интерпретация полученных результатов. Студент свободно владеет следующими компетенциями: ПК-2	Высокий
«хорошо»		Ответ студента содержит недостаточно полное раскрытие теоретических вопросов (в т.ч. допускается отсутствие высказывания собственного мнения, выделения спорных моментов в обозреваемом вопросе); в решении задачи допущены погрешности в арифметических расчетах или формулировке экономических выводов, а также отдельные нарушения установленных правил оформления расчетов. Студент хорошо владеет следующими компетенциями: ПК-2	Базовый
«удовлетворительно»		Ответ содержит поверхностное изложение сути поставленных вопросов, в расчетах допущены ошибки, в выводах отсутствует экономическая оценка полученных результатов анализа, однако в целом студент ориентируется по профилирующим вопросам дисциплины. Студент слабо владеет следующими компетенциями: ПК-2	Минимальный
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Студент не может дать ответ на теоретическую часть билета (даже с учетом наводящих дополнительных вопросов), задача решена не верно, не содержит экономических выводов; кроме того, оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если студент отказался отвечать на вопросы, поставленные в билете. Студент не владеет следующими компетенциями: ПК-2	Компетенции не сформированы

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Критерии и шкала оценивания конспекта

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены с выводом, дана геометрическая иллюстрация. Приведены примеры
«хорошо»	Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена не в полном объеме логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, частично дана геометрическая иллюстрация. Примеры приведены частично
«удовлетворительно»	Конспект не полный. В конспектируемом материале не выделена главная и второстепенная информация. Не установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, нет геометрической иллюстрации. Примеры отсутствуют
«неудовлетворительно»	Конспект не удовлетворяет ни одному из критериев, приведенных выше

Критерии и шкала оценивания разноуровневых задач и заданий

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Демонстрирует очень высокий/высокий уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены
«хорошо»	Демонстрирует достаточно высокий/выше среднего уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены
«удовлетворительно»	Демонстрирует средний уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. Демонстрирует низкий/ниже среднего уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены
«неудовлетворительно»	Демонстрирует очень низкий уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Не ответа. Не было попытки решить задачу

Критерии и шкала оценивания результатов выполнения заданий репродуктивного уровня (практическая работа)

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание РУ. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. РУ оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями
«хорошо»	Обучающийся выполнил задание РУ с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении РУ

«удовлетворительно»	Обучающийся выполнил задание РУ с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Качество оформления РУ имеет недостаточный уровень
«неудовлетворительно»	При выполнении РУ обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

Критерии и шкала оценивания контрольной работы (для заочной формы обучения)

Шкала оценивания	Критерий оценки
«зачтено»	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание контрольной работы или допущены не значительные ошибки (не искажающие общий результат экономических расчетов). Ответил на поставленные вопросы полностью или с частичными неточностями. Контрольная работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на поставленные вопросы и при выполнении заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений, допустил грубые ошибки в расчетах при решении задач. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов или ответов, демонстрирующих, что студент не ориентируется в материале.

Критерии и шкала оценивания результатов выполнения заданий репродуктивного уровня (реферата /сообщения)

Критерии	Показатели
1.Новизна реферированного текста Макс. - 20 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 30 баллов	- соответствие плана теме реферата/сообщения; - соответствие содержания теме и плану реферата/сообщения; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 20 баллов	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 15 баллов	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата/сообщения; - культура оформления: выделение абзацев.

	- - подготовка презентационного материала
5. Грамотность Макс. - 15 баллов	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Реферат /сообщение оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

- 86 – 100 баллов – «отлично»;
- 70 – 75 баллов – «хорошо»;
- 51 – 69 баллов – «удовлетворительно»;
- мене 51 балла – «неудовлетворительно».

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

***Критерии и шкала оценивания результатов выполнения заданий
реконструктивного уровня (статьи/доклада)***

Критерии	Показатели
1.Актуальность Макс. - 30 баллов	- исследовательский характер работы. - новизна исследования, эвристичность. - актуальность работы. практическая и/или теоретическая значимость
2. Содержание и структура Макс. - 40 баллов	- соответствие структуры работы общепринятым требованиям для научных трудов - грамотность и логичность изложения - анализ литературы по теме.
4. Наглядность и оригинальность Макс. - 30 баллов	- наличие таблиц и рисунков - личный вклад автора в исследование - оригинальность не менее 75%

Статья/доклад оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

- 86 – 100 баллов – «отлично»;
- 70 – 75 баллов – «хорошо»;
- 51 – 69 баллов – «удовлетворительно»;
- мене 51 балла – «неудовлетворительно».

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

Критерии и шкала оценивания тестовых заданий по дисциплине (компетенции)

Шкалы оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенции
«отлично»	«зачтено» Обучающийся при тестировании набрал 93-100 баллов	Высокий
«хорошо»		Базовый

«удовлетворительно»		Обучающийся при тестировании набрал 60-75 баллов	Минимальный
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся при тестировании набрал 0-59 баллов	Дисциплина не освоена (компетенция не сформирована)

Критерии и шкала оценивания при собеседовании

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Глубокое и прочное усвоение программного материала. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания. Обучающийся свободно справляется с поставленными задачами, может обосновать принятые решения, демонстрирует владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ
«хорошо»	Знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми навыками при выполнении практических задач
«удовлетворительно»	Обучающийся демонстрирует усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в выполнении практических заданий Слабое знание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ
«неудовлетворительно»	Не было попытки выполнить задание; отказ в ответе на поставленный вопрос

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Типовые контрольные задания по написанию конспекта

Темы конспектов, предусмотренных рабочей программой дисциплины

Раздел 1. Подготовка к проведению маркетингового исследования

1. Введение в маркетинговые исследования. Содержание и направления маркетинговых исследований /Лек/
2. Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований /Лек/
3. Разработка плана маркетинговых исследований. /Лек/

Раздел 2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Процесс маркетинговых исследований /Лек/
5. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях /Лек/
6. Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых

исследований. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании. /Лек/

Работа выполняется письменно и включает изучение и выполнение краткого конспекта по литературе [6.1.1.1-6.1.1.3, 6.1.2.1-6.1.2.7, 6.2.1-6.2.8], освоение основных понятий и умение сделать выводы (Представлено в МУ для самостоятельной работы студентов).

3.2 Типовые контрольные разноуровневые задачи и задания

Ниже приведены образцы типовых вариантов заданий репродуктивного уровня, предусмотренных рабочей программой дисциплины и подробно описаны в МУ для самостоятельной работы студентов:

- подготовка сообщений на семинаре;
- подготовка рефератов на заданную тему;
- выполнение практических работ.

Варианты выложены в ИР «Енисей» (ИР «Енисей»-<http://newsdo.krsk.irkups.ru/>), доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведены образцы типовых вариантов работ по темам, предусмотренным рабочей программой.

Образец типовых заданий

Задание 1. Кейс: «Маркетинговое исследование для теннисного клуба»

Президент теннисного спортивного клуба обратился с просьбой провести маркетинговое исследование, чтобы выяснить причины сокращения числа его членов. Работа спортивного клуба рассчитана на три возрастные категории игроков:

до 18 лет

от 18 до 30 лет

старше 30 лет

для которых определены: конкретное время для тренировок, специально разработанная система нагрузок, квалифицированные тренеры.

Руководство согласно внести некоторые изменения в работу клуба, чтобы наиболее полно удовлетворить желания своих членов, и по возможности превзойти конкурентов.

Задания:

1. Определить проблему и цель маркетингового исследования:

1.1. Сформировать полный каталог возможных проблем, с которыми столкнулось руководство фирмы: определить проблемы – симптомы и возможные базовые проблемы

1.2. Для решения одной базовой проблемы (выбрать самостоятельно) построить дерево проблем, определяющую рациональную последовательность их решения с точки зрения причинно – следственных связей

1.3. Сформулировать цель и разработать план проведения маркетинговых исследований (по схеме)

1.4. Определить показатели, по которым предполагается провести анализ проблемы

1.5. Провести классификацию маркетинговой информации, предварительно разделив ее на внутреннюю и внешнюю по отношению к фирме и указав источники ее получения

1.6. Определить методы сбора информации

2. Дать описание выборки:

2.1. Дать предварительную характеристику потенциально возможным потребителям продукции

2.2. Определить (описать) единицу выборки, контур выборки

3. Разработать форму для сбора информации

4. Разработать содержание отчета по итогам исследований

4.1. Определить предполагаемые этапы отчета

4.2. Описать информацию, включаемую в отчет, и способы ее представления: таблицы, диаграммы и т.д.

Задание 2. Маркетинговое исследование владельцев видеомаягнитофонов показало, что 46% домашних хозяйств имеют видеомаягнитофон. Стандартная ошибка составила 1,38.

Требуется определить размер выборки, используемый в данном маркетинговом исследовании.

Задание 3. «Разработка направлений Маркетинговых исследований»

Вы работаете менеджером по маркетингу в промышленной фирме среднего размера. Недавно вы обратились к трем исследовательским фирмам с предложением принять участие в конкурсе на получение заказа на исследовательский проект. Вы получили от них предложения по проведению исследований и должны выбрать одну фирму лучшее. Какие критерии Вы будете использовать для принятия

3.2 Типовые темы для рефератов/докладов/ сообщений

1. Специфика организации и проведения социологических, политических и маркетинговых исследований.

2. Изучение потенциальных потребителей.

3. Особенности анализа поведения основных ЦА.

4. Структура и тенденции развития международного рынка услуг в сфере связей с общественностью.

5. Структура и тенденции развития российского рынка услуг в сфере связей с общественностью.

6. Роль маркетинговых исследований в связях с общественностью.

7. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе.

8. Роль маркетинговых исследований в системе принятия решений.
9. Особенности маркетинговых исследований в сфере услуг и некоммерческих организациях.
10. Международные маркетинговые исследования.
11. Этические аспекты маркетинговых исследований.
12. Этические аспекты маркетинговых исследований в сфере PR.
13. Покупатель и потребитель как объекты маркетинговых исследований.
14. Методы проведения маркетинговых исследований. Разведочные, описательные, казуальные исследования.
15. Основные направления маркетинговых исследований в сфере PR
16. Особенности взаимодействия с заказчиком маркетинговых или PR-исследований.
17. Маркетинговое исследование товара (услуги);
18. Маркетинговое исследование потребителя;
19. Маркетинговое исследование рекламы;
20. Маркетинговый ситуационный анализ предприятия.

3.3 Типовые контрольные задания на тестирование

Образец типовых тестовых заданий

1. К факторам микросреды маркетинга относятся:
 - a. Законы, правительственные распоряжения;
 - b. Контактные аудитории;
 - c. Международные и национальные стандарты.

2. Демографические тенденции, оказывающие отрицательное влияние на конъюнктуру в сфере производства товаров для детей:
 - a. Снижение рождаемости;
 - b. Увеличение среднего возраста населения;
 - c. Увеличение количества разводов.

3. Основой моделирования покупательского поведения является:
 - a. Сегментация потребителей по какому-либо признаку;
 - b. Выявление мнений покупателей о качестве и ценах товара;
 - c. Выявление зависимости поведения покупателей от различных факторов;
 - d. Влияние коммуникативного воздействия на потребителя.

4. Потребностью высшего уровня в иерархии А. Маслоу является потребность в:
 - a. Самоуважении;
 - b. Самовыражении;
 - c. Безопасности;
 - d. Удовлетворении физиологических нужд.

5. При высокой эластичности спроса наблюдается следующая зависимость объема продаж от уровня цен:
 - a. Цены понижаются - объем продаж не меняется;
 - b. Цены понижаются значительно - объем продаж существенно не растет;
 - c. Цены понижаются незначительно - объем продаж увеличивается.

6. Если спрос эластичен, для увеличения доходов от продаж следует:
 - a. Повысить цену;
 - b. Снизить цену;
 - c. Держать цену неизменной

7. В ситуации снижающегося спроса следует использовать:
- a. Демаркетинг;
 - b. Ремаркетинг;
 - c. Синхромаркетинг;
 - d. Конверсионный маркетинг;
 - e. Поддерживающий маркетинг;
 - f. Противодействующий маркетинг;
 - g. Стимулирующий маркетинг;
 - h. Развивающий маркетинг

3.4 Перечень вопросов к зачету

1. Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований.
- 2 Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина.
- 3 Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика.
- 4 Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования.
- 5 Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований.
- 6 Разнообразие спектра направлений маркетинговых исследований.
- 7 Принципы маркетинговых исследований.
- 8 Характеристика общенаучных методов маркетинговых исследований.
- 9 Характеристика аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований.
- 14 Методы и приемы, заимствованные из разных областей знаний.
- 15 Понятие и признаки маркетинговой информации.
- 16 Свойства маркетинговой информации.
- 17 Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
- 18 Источники и методы сбора маркетинговой информации.
- 19 Первичные источники информации.
- 20 Вторичные источники информации.
- 21 Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Голубкову Е.П.
- 22 Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Аакеру Д., Кумару В.,и Дей Дж.
- 23 Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Малхорте Н.К.
- 24 Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Черчиллю Г.А.
- 25 Раскройте этап определения проблемы и целей исследования.
- 26 В чем заключается метод логико-смыслового моделирования?
- 27 Содержание и методы проведения отдельных видов исследований по направлениям исследований.
- 28 Разведочные исследования.
- 29 Описательные исследования.
- 30 Казуальные исследования.
- 31 Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.
- 32 Методы анализа документов (традиционный и формализованный).
- 33 Общая характеристика методов сбора данных (количественные качественные).
34. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
- 35 Метод фокус-группы, его достоинства и недостатки.
- 36 Глубинное интервью и анализ протокола.

- 37 Проекционные методы.
- 38 Методы опроса, их достоинства и недостатки.
- 39 Панельный метод обследования.
- 40 Методы получения данных от респондентов.
- 41 Разработка форм сбора данных.
- 42 Измерения в маркетинговых исследованиях описание, порядок, расстояние, начальная точка).
- 43 Уровни измерения, определяющие тип шкалы измерений (наименований, порядка, интервальный, отношений).
- 44 Перечислите методы измерений и дайте им краткую характеристику.
- 45 Составление анкет на одном из конкретных примеров.
- 46 Этапы разработки выборочного плана.
- 47 Определение объема выборки.
- 48 Организация проведения сбора данных.
- 49 Ошибки сбора данных и контроль качества собираемых данных.
- 50 Подготовка заключительного отчета и его содержание.
- 51 Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.
- 52 Взаимодействие со специализированными маркетинговыми исследованиями.

4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В таблице приведены описания процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств в соответствии с рабочей программой дисциплины

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Конспект	Преподаватель не менее, чем за неделю до срока выполнения конспекта должен довести до сведения обучающихся тему конспекта и указать необходимую учебную литературу. Темы и перечень необходимой учебной литературы выложены в электронной информационно-образовательной среде ИРГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет. Конспект должен быть выполнен в установленный преподавателем срок. Конспекты в назначенный срок сдаются на проверку
Разноуровневые задачи и задания	Выполнение разноуровневых заданий проводятся во время практических занятий. Вариантов заданий по теме не менее пяти. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, словарями, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему, количество заданий и время выполнения заданий.
Контрольная работа (КР)	Контрольные работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Вариантов КР по теме не менее двух. Во время выполнения КР пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения	
	Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения КР, доводит до обучающихся: тему КР, количество заданий в КР, время выполнения КР	
Собеседование	Собеседование, предусмотренное рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Во время проведения собеседования пользоваться учебниками, справочниками, словарями, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения собеседования, доводит до обучающихся: тему собеседования и количество вопросов.	
Тестирование	Тестирование, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Вариантов тестовых заданий по теме не менее пяти. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему, количество заданий и время выполнения заданий	
Зачет	При проведении промежуточной аттестации в форме зачета преподаватель может воспользоваться результатами текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценочные средства и типовые контрольные задания, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. С целью использования результатов текущего контроля успеваемости, преподаватель подсчитывает среднюю оценку уровня сформированности компетенций обучающегося (сумма оценок, полученных обучающимся, делится на число оценок).	
	Шкала и критерии оценивания уровня сформированности компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета по результатам текущего контроля (без дополнительного аттестационного испытания)	
	дняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
	оценка не менее 3,0 и нет ни одной недовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
	оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна недовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»
Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета без дополнительного аттестационного испытания, то промежуточная аттестация в форме зачета проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и типовых практических заданий (не более двух теоретических и двух практических). Промежуточная аттестация в форме зачета с проведением		

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
	аттестационного испытания в форме собеседования проходит на последнем занятии по дисциплине.