

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЦТЭ

_____ Ю.В. Торкунова

«28» октября, 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация маркетинговых исследований

(Наименование дисциплины в соответствии с РУП)

Направление подго-
товки

38.03.01 Экономика
(Код и наименование направления подготовки)

Направленность

Бухгалтерский учет, анализ и аудит
на предприятиях ТЭК

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО 3+ по направлению подготовки 38.03.01 "Экономка" (уровень бакалавриат), утвержденный Приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 г. № 1327.

Программу разработал(и):

старший преподаватель _____ Голицына Л.А.

доцент, к.э.н. _____ Салихова Р.Р.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика ЭОП, протокол № 3 от 05.10.2020 г. Заведующий кафедрой И.Г. Ахметова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры:

Зав. кафедрой ЭОП Ахметова И.Г.
протокол № 3 от 05.10.2020 г.

Программа одобрена на заседании учебно-методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26.10.2020 г.

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики
_____/В.В. Косулин/

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 2 от 26.10.2020

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Организация маркетинговых исследований» является формирование соответствующих знаний, умений и навыков в области маркетинга энергетических компаний, необходимости маркетинга, усвоение студентами теоретических и практических основ маркетинга энергетического комплекса с целью увеличения объема продаж и получения максимальной прибыли в условиях рыночных отношений.

Задачами дисциплины являются:

- формирование представления о маркетинговой концепции управления организации;
- изучение методов маркетинговых исследований и развитие умений использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, в практической деятельности;
- получение навыков разработки и реализации маркетинговой стратегии;
- ознакомить студентов с основными закономерностями, принципами и базовыми концепциями маркетинга в энергетических компаниях в современных рыночных условиях;

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с дескрипторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
ПК-3: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: - методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации (З ₁). Уметь: - разработать и осуществить стратегии организации, направленных на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой) (У ₁). Владеть: - навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (В ₁).

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Организация маркетинговых исследований» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика», направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит на предприятиях ТЭК».

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов;
- условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста;
- базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных;
- варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности;

уметь:

- использовать основы экономических знаний для построения кривых спроса, предложения, безразличия, равного продукта, издержек, линии бюджетного ограничения, равных издержек и др.;
- проводить обработку экономических данных, связанные с профессиональной задачей
- оценивать роль собранных данных для расчета и анализа каждого экономического показателя.
- искать и собирать финансовую и экономическую информацию;

владеть:

- методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике
- навыками микроэкономического моделирования с применением современных инструментов;
- навыками самостоятельной исследовательской работы;
- вариантами расчетов экономических показателей ;
- системой выводов для обоснования полученных результатов при расчетах экономических данных .

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 53 часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (16 часов занятий лекционного типа, 34 часа занятия семинарского типа (практические занятия), контроль самостоятельной работы (КСР) 2 часа, контактные часы во время промежуточной аттестации: подготовка к ответу и ответ во время промежуточной аттестации (КПА) – 1 час, 38 часов составляет самостоятельная работа обучающегося. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 5 часов.

Вид учебной работы	Всего зачетных единиц	Всего часов	Семестр 8
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		53	53
Лекции (Лек)		16	16
Практические (семинарские) занятия (Пр)		34	34
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС):		38	38
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: <i>зачета с оценкой</i>		17	17
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (За – зачет, ЗО – зачет с оценкой, Э – экзамен)		30	30

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС							Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	КСР	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	подготовка к <i>промежуточной</i> <i>аттестации</i>	Сдача зачета / экзамена	Итого					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<p>Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга. Лекция 1. Необходимость маркетинга. Лекция 2. Оптовый и розничный рынки электрической энергии в России. 1. Практическое занятие Оптовый рынок. 2. Практическое занятие Порядок отбора поставщиков электроэнергии на регулируемый сектор оптового рынка. Долгосрочное планирование. Краткосрочное планирование.</p>	2	4	8		9			21	ПК-3 (З, У, В)	Л.1.1., Л.1.2., Л.2.1., Л.2.2.	Кейс-задача, Тест, Реферат	Зачет с оценкой	15

3. Практическое занятие Розничный рынок.																
Тема 2. Порядок отбора поставщиков электроэнергии на розничный рынок. Лекция 3. Долгосрочное планирование. Краткосрочное планирование. Лекция 4. Оценка экономической эффективности работы различных типов электростанций по одноставочному тарифу. Лекция 5. Метод расчета одноставочного тарифа на электроэнергию, отпускаемую электростанцией на оптовый рынок. Практическое занятие 4. Метод расчета одноставочного тарифа на электроэнергию, получаемую с оптового рынка. Практическое занятие 5. Пример расчета одноставочного тарифа для различных типов электростанций. Практическое занятие 6. Расчет экономической эффективности продажи электроэнергии по дифференцированным по времени суток тарифам. Исходные данные и содержание расчетов. Практическое занятие 7. Метод расчета тарифов в различных зонах суточного графика нагрузки.		4	8	9				21								15

<p>Тема 3.Расчет экономической эффективности работы электростанции по дифференцированному тарифу. Лекция 6. Расчет экономической эффективности работы электростанции по дифференцированному тарифу. Лекция 7.Экономическая оценка эффективности продажи электроэнергии по двухставочному тарифу. Практическое занятие 8. Метод расчета двухставочного тарифа. Практическое занятие 9. Пример расчета двухставочного тарифа для различных типов электростанций. Практическое занятие 10. Пример расчета двухставочного тарифа для различных типов электростанций. Практическое занятие 11. Расчет двухставочного тарифа для потребителя.</p>		4	9		10			23								15
<p>Тема 4. Расчет тарифов на электроэнергию по зонам оптового рынка с учетом пропускной способности линий электропередачи. Лекция 8. Расчет тарифов на электроэнергию по зонам оптового рынка с учетом пропускной способности линий электропередачи. Проблемы, цель и метод исследования. Практическое занятие 12.</p>		4	9	2	10			25								15

<p>Исходные данные и содержание расчетов.</p> <p>Практическое занятие 13. Метод расчета тарифов на электроэнергию при одинаковой цене на топливо при отсутствии ЛЭП.</p> <p>Практическое занятие 14.. Метод расчета тарифов на электроэнергию при различной цене на топливо в отсутствие ЛЭП.</p> <p>Практическое занятие 15. Пример расчета тарифа на электроэнергию при одинаковой цене на топливо и неограниченной пропускной способности линии электропередачи.</p> <p>Практическое занятие 16. Пример расчета тарифа на электроэнергию при различной цене на топливо и неограниченной пропускной способности линии электропередачи.</p> <p>Практическое занятие 17. Пример расчета тарифа на электроэнергию.</p>														
<i>Зачет с оценкой</i>						17	1	18					Зачет с оценкой	40
Итого		16	34	2	38	17	1	108						100

4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (лекции в сочетании с практическими занятиями, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: групповые дискуссии, анализ ситуаций и имитационных моделей, работа в команде, преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей и т.п.

При реализации дисциплины «Организация маркетинговых исследований» по образовательной программе «Бухгалтерский учет, анализ и аудит на предприятиях ТЭК» направления подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика» применяются аудиторное и электронное обучение.

В образовательном процессе используются:

- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru/>

5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, включает: проведение компьютерного тестирования, контроль самостоятельной работы обучающихся в устной форме (Реферат).

Итоговой оценкой результатов освоения дисциплины является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося (зачет) с учетом результатов текущего контроля успеваемости. Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой проводится письменно по билетам. Билет содержит 3 теоретических задания.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок

Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов
Характеристика сформированности компетенции (дескриптора достижения компетенции)	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (дескриптора достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Запланированные дескрипторы освоения дисциплины	Дескрипторы достижения компетенции			
		Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
		Шкала оценивания			
		отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
		зачтено			не зачтено
ПК-3: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	знать:				
	- методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации (З ₁).	Высокий уровень знаний методов стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации	С некоторыми недочетами высокий уровень знаний методов стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации	Минимально допустимый уровень знаний методов стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации	Ниже минимального уровня знаний методов стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации
	уметь:				
	- разработать и осуществить стратегии организации, направленных на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой) (У ₁).	Продemonстрированы в полном объеме все основные умения разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой)	С некоторыми недочетами продемонстрированы основные умения разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой)	Не в полном объеме продемонстрированы основные умения разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой)	Не продемонстрированы основные умения разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности, принимать участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой)

	<p>владеть:</p> <p>- навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (B₁).</p>	<p>Продemonстрированы навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>В целом продемонстрированы навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>Продemonстрирован минимальный набор навыков стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>Не продемонстрированы навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
--	---	---	---	---	--

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Лашина, М.В.	Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге	Учебник	М.: Кнорус	2017	https://book.ru/book/922282	1
2	Фролов, Ю.В.	Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах)	учебное пособие	М.: Русайнс	2015	https://book.ru/book/919065	1

2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Алябьева, М.В.	Экономический и маркетинговый анализ в системе обеспечения экономической безопасности предприятия и его совершенствование	монография	М.: Кнорус	2017	https://book.ru/book/926080	1
2	Даеничева, В.А.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: Кнорус	2016	https://book.ru/book/926580	1

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	<i>Энциклопедии, словари, справочники</i>	http://www.rubricon.com
2	Портал "Открытое образование"	http://npoed.ru

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/	http://ecsocman.hse.ru/
2	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования	http://fgosvo.ru	http://fgosvo.ru
3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru	http://elibrary.ru
4	Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации	http://duma.gov.ru/	http://duma.gov.ru/
5	Web of Science	https://webofknowledge.com/	https://webofknowledge.com/
6	Scopus	https://www.scopus.com	https://www.scopus.com

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Консультант Плюс»	http://consultant.ru	http://www.consultant.ru/
2	«Гарант»	http://www.garant.ru/	http://www.garant.ru/

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №225/10 от 28.01.2010 Неискл. право. Бессрочно

3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
4	Браузер Firefox	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
5	OpenOffice	Пакет офисных приложений	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
6	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия	Помещение для проведения занятий семинарского типа, для проведения занятий лекционного типа, текущего и промежуточной аттестации	<p>Оснащение: моноблок (15 шт.), проектор, экран.</p> <p>Программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 2. Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО "СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно
2	Практические занятия	Помещение для проведения занятий семинарского типа, для проведения занятий лекционного типа, текущего и промежуточной аттестации	<p>Оснащение: моноблок (15 шт.), проектор, экран.</p> <p>Программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 2. Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО

			<p>"СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p>
3	Самостоятельная работа обучающегося	Помещение для проведения самостоятельной работы студента	<p>Оснащение: моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран</p> <p>Программное обеспечение: 1. Windows 10: договор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар - ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>3. Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии – бессрочно.</p> <p>4. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
4	Промежуточная аттестация	Помещение для проведения промежуточной аттестации	<p>Оснащение: моноблок (15 шт.), проектор, экран.</p> <p>Программное обеспечение: 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>2. Office Professional Plus 2007 Windows 32 Russian Disk Kit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО "СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p>

5	Хранение и профилактическое обслуживание учебного оборудования	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Оснащение: комплект оборудования для диагностики оргтехники и медиатехники, комплект оборудования и инструмента для ремонта оргтехники и медиатехники, комплектующие для ремонта, комплект электроинструмента для проведения монтажных работ
---	--	---	---

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой

справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

9. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);
- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);
- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;
- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;
- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;
- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;
- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;
- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;
- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;
- формирование эстетической картины мира;
- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;
- формирование умения получать знания;
- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Физическое воспитание:

- формирование ответственного отношения к своему здоровью, потребности в здоровом образе жизни;
- формирование культуры безопасности жизнедеятельности;
- формирование системы мотивации к активному и здоровому образу жизни, занятиям спортом, культуры здорового питания и трезвости.

Профессионально-трудовое воспитание:

- формирование добросовестного, ответственного и творческого отношения к разным видам трудовой деятельности;
- формирование навыков высокой работоспособности и самоорганизации, умение действовать самостоятельно, мобилизовать необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий;

Экологическое воспитание:

- формирование экологической культуры, бережного отношения к родной земле, экологической картины мира, развитие стремления беречь и охранять природу;

Структура дисциплины для бакалавров заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Курс 2
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		16,5	16,5
Лекции (Лек)		4	4
Практические (семинарские) занятия (Пр)		8	8
Контроль самостоятельно работы (КСР)		4	4
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		0,5	0,5
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС):		87,5	87,5
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: <i>зачета с оценкой</i>		4	4
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (За – зачет, ЗО – зачет с оценкой, Э – экзамен)		30	30

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины с 2021/2022 учебного года

В программу вносятся следующие изменения:

1. РПД дополнена разделом 9 «Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися».

Программа и рассмотрена на заседании выпускающей кафедры ЭОП:

Протокол №14 от 07.06.2021

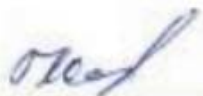
Зав.кафедрой ЭОП



Ахметова И.Г.

Программа одобрена методическим советом ИЦТЭ от 22.06.2021, протокол №11

Зам.директора ИЦТЭ



Косулин В.В.

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

«ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Направленность

Бухгалтерский учет, анализ и аудит на
предприятиях ТЭК

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Оценочные материалы по дисциплине «Организация маркетинговых исследований» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций ПК-3.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: проведение компьютерного тестирования, контроль самостоятельной работы обучающихся в устной форме (Реферат).

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 1 курс, 2 семестр. Форма промежуточной аттестации зачет с оценкой.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 1

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Запланированные дескрипторы освоения дисциплине	Уровень освоения дисциплины, баллы			
				неудов-но	удов-но	хорошо	отлично
				не зачтено		зачтено	
				низкий	ниже среднего	средний	высокий
Текущий контроль успеваемости							
1	Изучение теоретического материала, самостоятельное решение кейс-задач, подготовка к тестированию	Тест, Рфр	ПК-3 (З, У, В)	менее 8	8 – 10	10 – 12	12 – 15
2	Изучение теоретического материала, самостоятельное решение кейс-задач, подготовка к тестированию	Тест, Рфр	ПК-3 (З, У, В)	менее 9	9 – 10	10 - 12	12 – 15
3	Изучение теоретического материала, подготовка к тестированию	Тест, Рфр	ПК-3 (З, У, В)	менее 9	9 – 10	10 - 13	13 - 15

4	Изучение теоретического материала, самостоятельное решение кейс-задач, подготовка к тестированию	Тест, Рфр	ПК-3 (З, У, В)	менее 9	9 - 10	11 – 13	14 - 15
Всего баллов				менее 35	35 - 40	41 - 50	51 - 60
Промежуточная аттестация							
	Подготовка к зачету с оценкой	Билеты для зачета с оценкой	ПК-3 (З, У, В)	менее 20	20 - 29	30 - 34	34 - 40
Итого баллов				менее 55	55 - 69	70 - 84	85 - 100

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Тест (Тест)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Комплект тестовых заданий
Реферат (Рфр)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Темы рефератов
Билеты для зачета с оценкой	Билеты содержат 3 теоретических задания.	Комплект билетов для зачета с оценкой

3. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Тест (Тест)
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Комплект тестовых заданий. Тест содержит 20 вопросов с заданиями 4-х типов (закрытые, открытые тесты, тесты на упорядочение, на установление соответствия) для выполнения с использованием компьютерной техники.</p> <p><u>Раздел 1. Основы маркетинговых исследований</u></p> <p>1. Наблюдение, при котором наблюдатель фиксирует в изучаемом эпизоде все виды поведения, – это такое наблюдение:</p> <ul style="list-style-type: none">а) неструктурированное +б) структурированноев) скрытое <p>2. Вид традиционного анализа документов, представляющий собой исследование содержания документа, – это такой анализ информации:</p> <ul style="list-style-type: none">а) прямойб) внутренний +в) косвенный <p>3. Если шанс единицы выборки быть включенными в выборку неизвестен, то выборка называется:</p> <ul style="list-style-type: none">а) вероятностной (случайной)б) репрезентативной (представительной)в) невероятностной (неслучайной) + <p>4. Маркетинговое исследование можно разделить на столько основных этап(а)ов:</p> <ul style="list-style-type: none">а) 4 +б) 6в) 2 <p>5. Членами таких панелей выступают индивидуальные покупатели, семьи или домашние хозяйства:</p> <ul style="list-style-type: none">а) традиционныхб) общедоступныхв) потребительских + <p>6. В процессе анализа исследователь выделяет основные значимые высказывания, полученные на группе, и переносит их в специальную ... таблицу:</p> <ul style="list-style-type: none">а) адреснуюб) кодировочную +в) абонентскую <p>7. На Западе считается, что столько % работы исследователя в</p>

качественных маркетинговых исследованиях – это работа в непосредственном контакте с заказчиком:

- а) 60
- б) 50
- в) 40 +

8. Такая характеристика шкалы, как ..., используется, когда известна абсолютная разница между дескрипторами, которая может быть выражена в количественных единицах:

- а) расстояние +
- б) описание
- в) порядок

9. В количественном маркетинговом исследовании базовым обычно является:

- а) фокус-группы
- б) серия фокус-групп
- в) опрос +

10. Такие панели могут быть созданы для изучения отдельных товаров или товарных групп:

- а) потребительские
- б) специализированные +
- в) традиционные

11. В среднем стоимость одной фокус-группы – от ... долларов, и цена зависит от сложности заказа:

- а) 1200 до 1600 +
- б) 1600 до 1800
- в) 1000 до 1150

12. Шкала ... указывает только относительную разницу между измеряемыми объектами:

- а) наименований
- б) порядка +
- в) отношений

13. С помощью качественного маркетингового исследования нельзя изучать:

- а) скорость обращения денег +
- б) поведения разных групп потребителей
- в) выявлять факторы, влияющие на предпочтения

14. В маркетинговых исследованиях ... – это когда исследованию подвергаются лишь наиболее существенные и важные элементы генеральной совокупности:

- а) произвольная выборка
- б) типовая выборка

в) метод концентрации +

15. Предполагают(ет) посещение людей на дому, на рабочем месте или встречу с ними на улице:

- а) индивидуальные интервью +
- б) интервью по телефону
- в) групповые интервью

16. Около 80% всех исследовательских фирм проводят как ..., так и ... исследования:

- а) однократные и панельные
- б) количественные и качественные +
- в) комплексные и однократные

17. Индивидуальное персональное интервью относится к:

- а) форме отчета
- б) проектированию выборки
- в) методу сбора данных +

18. Коррекционные исследования – это исследовательские процедуры:

- а) при проведении анализа результата в маркетинговых исследованиях
- б) отслеживающие выход объекта исследования на рынок +
- в) при проведении анализа результата в качественных исследованиях

19. Панельные исследования – это исследовательские процедуры, проводящиеся:

- а) многократно с одним и тем же перечнем вопросов
- б) постоянно в течение заданного периода
- в) на постоянном составе опрошенных +

20. Посттесты – это:

- а) тесты, используемые при завершении фокус-групп
- б) исследовательские процедуры по замеру эффективности в конце маркетинговых мероприятий +
- в) способ анализа результата в маркетинговых исследованиях

21. Метод прямого соотнесения используется для:

- а) количественных исследований +
- б) качественных исследований
- в) при проведении опросов

22. С помощью тестов на узнавание:

- а) исследуют взаимосвязь между переменными
- б) изучают степень узнавания оцениваемого рекламного средства +
- в) проверяют влияние независимых переменных на зависимые

23. Индивидуальное интервью используется для:

- а) проведения эксперимента
- б) вторичных наблюдений

	<p>в) первичных наблюдений +</p> <p>24. Объяснительное (диагностическое) исследование применяется для: а) количественных методов исследования б) качественных методов исследования + в) прогноза рыночной ситуации</p> <p>25. Проба рынка: а) разработки нового товара б) ознакомление с рынком в) испытание эффективности методов сбыта товаров и услуг на ограниченной территории +</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>- выполнено 91-100% заданий – 10 баллов (за каждый тест) - выполнено 71- 90% заданий – 8 баллов (за каждый тест); - выполнено 51-70% заданий – 5 баллов (за каждый тест); - выполнено менее 50% заданий – 0 баллов.</p> <p>В семестре тестирование проводится 4 раза. За каждое тестирование максимальное количество баллов -10, соответственно максимально количество баллов за семестр - 40.</p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p>Реферат (Рфр)</p>
<p>Представление и содержание оценочных материалов</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая работа, выполняемая по заданию и при методическом руководстве научно-педагогического работника, но без его непосредственного участия.</p> <p>Самостоятельная работа играет важную роль в достижении ряда целей, таких как:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) овладение экономической методологией исследования; 2) более глубокое усвоении дисциплины в целом и ее отдельных проблем; 3) приобретение навыков самостоятельной работы с первоисточниками, монографической и справочной литературой; 4) развитие логического мышления и умения обосновать целесообразность практических рекомендаций; 5) усвоение методов сбора, обработки и анализа статистического материала. <p>Обучающемуся предлагается самостоятельно выбрать тему для написания реферата из предложенного списка.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые исследования 2. Маркетинговые стратегии 3. Комплекс маркетинга 4. Организация маркетинговой деятельности 5. Компьютеризация маркетинга

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Методы изучения рынка 7. Изучение мотиваций потребителя 8. выбор целевого рынка 9. Товарная политика 10. Ценовая политика 11. Политика формирования сбытовой сети 12. Внутрифирменное планирование маркетинговой деятельности 13. Коммуникационная политика 14. Содержание и структура маркетинговой программы 15. Применение глобальной сети Интернет в маркетинге 16. Цели и методы регулирования покупательского спроса 17. Типология и иерархия потребностей 18. Факторы и закономерности спроса 19. Понятие товара, его признаки и свойства 20. Жизненный цикл товара 21. Товарная номенклатура и ассортимент товаров 22. Критерии новизны товара 23. Понятие и принципы стратегии маркетинга 24. План маркетинга 25. Оптовая торговля 26. Розничная торговля 27. Реклама 28. История возникновения маркетинга 29. Становление и развитие маркетинга в России
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p><u>1. Знание материала</u> - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 2 балла; - содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения</p>

	<p>программного материала – 1 балл;</p> <p>- не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов;</p> <p>2. Последовательность изложения</p> <p>- содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 2 балла;</p> <p>- последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл;</p> <p>- путаница в изложении материала – 0 баллов;</p> <p>3. Владение речью и терминологией</p> <p>- материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 2 балла;</p> <p>- в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 1 балл;</p> <p>- допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;</p> <p>4. Применение конкретных примеров</p> <p>- показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 2 балла;</p> <p>- приведение примеров вызывает затруднение – 1 балл;</p> <p>- неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов;</p> <p>5. Уровень теоретического анализа</p> <p>- показано умение делать обобщение, выводы, сравнение – 2 балла;</p> <p>- обобщение, выводы, сравнение делаются с помощью преподавателя – 1 балл;</p> <p>- полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов;</p> <p>Количество баллов: максимум – 10.</p>
--	---

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Зачет с оценкой
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Например, оценочные материалы, вынесенные на экзамен, состоят из экзаменационных билетов с заданиями теоретического и практического характера, проработанные в течение семестра на учебных занятиях и в процессе самостоятельной работы обучающихся.</p> <p>Всего 25 экзаменационных билетов, содержащих 3 теоретических задания.</p> <p style="text-align: center;">Примеры экзаменационных билетов:</p> <p><u>Билет №1</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований. 2. Понятие и основные направления маркетинговых исследований. 3. Ошибки сбора данных. <p><u>Билет №2</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика компаний, занимающихся проведением маркетинговых исследований. 2. Предпосылки проведения маркетинговых исследований. 3. Контроль качества собираемых данных.

Билет №3

1. Характеристика компаний, занимающихся проведением маркетинговых исследований за рубежом.
2. Роль маркетинговых исследований в деятельности предприятий.
3. Методы анализа полученных данных при проведении маркетинговых исследований.

Билет №4

1. Метод логико-смыслового моделирования проблем.
2. Преимущества, получаемые предприятием в результате проведения маркетинговых исследований.
3. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

Билет №5

1. Выбор типа проекта исследований.
2. Ресурсы, необходимые для проведения маркетинговых исследований.
3. Экономико-математические методы прогнозирования.

Билет №6

1. Основные источники маркетинговых возможностей и проблем.
2. Подготовка соглашения о проведении маркетингового исследования.
3. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях, статистические методы.

Билет №7

1. Критерии, используемые при оценке точности первичных и вторичных данных.
2. Определение типа требуемой информации и источников ее получения.
3. Планирование затрат на проведение маркетинговых исследований.

Билет №8

1. Организация и проведение фокус-группы.

	<p>2. Объективная необходимость процесса маркетинговых исследований для коммерческих и некоммерческих предприятий.</p> <p>3. Сущность и основные направления маркетинговой этики.</p> <p><u>Билет № 9</u></p> <p>1. Пробный маркетинг как эксперимент в реальных рыночных условиях.</p> <p>2. Особенности партизанского маркетинга.</p> <p>3. Принципы взаимоотношений исследователя и участника исследований.</p> <p><u>Билет № 10</u></p> <p>1. Синдицированные источники вторичных данных.</p> <p>2. Типы маркетинговых исследований по виду используемой информации.</p> <p>3. Требования, предъявляемые к исследователю.</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>При выставлении баллов за ответы на задания в билете учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правильность выполнения задания(ий) 2. Владение методами и технологиями, запланированными в рабочей программе дисциплины 3. Владение специальными терминами и использование их при ответе. 4. Умение объяснять, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы 5. Логичность и последовательность ответа <p>От 26 до 40 баллов оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</p> <p>От 11 до 25 баллов оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.</p> <p>От 6 до 10 баллов оценивается ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся</p>

недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Максимально количество баллов за ответы на теоретические вопросы билета- 40 баллов (10 баллов за первый вопрос, 15 баллов за второй и третий каждый вопрос в билете).

Максимальное количество баллов за экзамен - 40