

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Агафонов Александр Викторович  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 04.10.2020 17:53:08  
Учебно-научный институт  
2559477a8ecf706dc9cff164bc411eb6d3c4ab06

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЧЕБОКСАРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) МОСКОВСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра Менеджмента и экономики**

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Директор филиала**  
А.В. Агафонов  
«29» мая 2020г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Маркетинговые исследования»**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки	<b>38.03.02 Менеджмент</b> (код и наименование направления подготовки)
Направленность подготовки	<b>Производственный менеджмент</b> (наименование профиля подготовки)
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная и заочная</b>

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. № 7 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)»
- учебным планом (очной, заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Автор Семенова Елена Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмента и экономики

(указать ФИО, ученую степень, ученое звание или должность)

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и экономики (протокол № 10 от 16.05.2020).

## 1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (Цели освоения дисциплины)

1.1. Целями освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» являются: получение углубленных знаний по маркетингу и навыков проведения исследований рынка, его участников и компонентов. Важно понимание аналитической функции маркетинга как основы достижения рыночного успеха предприятия, основываясь на полученной в ходе проведения исследований информации.

Задачи дисциплины:

- закрепить основные понятия маркетинга;
- раскрыть основополагающую сущность аналитической группы функций маркетинга;
- изучение источников первичной и вторичной информации;
- обучение навыкам проведения различных видов исследований.

В результате освоения дисциплины студенты должны:

- знать преимущества различных видов информации и исследований;
- владеть аналитическими навыками;
- уметь планировать и проводить маркетинговые исследования в зависимости от поставленной задачи, рыночной проблемы.

## 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-5	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие терминов, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению;	Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично	компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм

			выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.	
ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;	планирование деятельности и контроля; создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;	построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений,	сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговые исследования» реализуется в вариативной части учебного плана, среди дисциплин и курсов по выбору студента, устанавливаемых ВУЗом для обучающихся очной и заочной форм обучения.

Для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» студентам необходимы знания, полученные при освоении дисциплин, на предыдущем уровне образования.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» дает знания, умения и навыки, которые могут быть использованы при освоении следующих элементов образовательной программы: «Управление персоналом», Психология и социология в менеджменте, Исследование систем управления, Научные подходы в исследовании проблем управления, при прохождении производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, при прохождении преддипломной практики и выполнению выпускной квалификационной работы.

### 3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц - 72 часа, из них

Семестр	Форма обучения	Распределение часов				РГР, КР, КП	Форма контроля
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1	очная	16	-	16	40		зачет
2	заочная	4	-	4	60		зачет

### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Очная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
Цели и задачи маркетинговых исследований	2	-	2	8	ОК-5 ПК-7
Маркетинговые исследования в информационном обеспечении управления организацией	4	-	4	8	ОК-5 ПК-7
Источники, методы сбора и анализа вторичной информации	4	-	4	8	ОК-5 ПК-7
Проведение первичных исследований	4	-	4	8	ОК-5 ПК-7
Разработка рекомендаций по результатам исследования	2	-	2	8	ОК-5 ПК-7
Зачет	-	-	-		ОК-5 ПК-7
	16	-	16	40	

Заочная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
Цели и задачи маркетинговых исследований	0,5	-	0,5	12	ОК-5 ПК-7
Маркетинговые исследования в информационном обеспечении управления организацией	0,5	-	0,5	12	ОК-5 ПК-7
Источники, методы сбора и анализа вторичной информации	1	-	1	12	ОК-5 ПК-7
Проведение первичных исследований	1	-	1	12	ОК-5 ПК-7
Разработка рекомендаций по результатам исследования	1	-	1	12	ОК-5 ПК-7
Зачет	-	-	-	4	ОК-5 ПК-7
	4	-	4	64	

## 5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Методика преподавания дисциплины и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- кейс-задачи

- дискуссия

- задания реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

- задания творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

По дисциплине «Маркетинговые исследования» доля занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет 37,5% от общего числа аудиторных занятий:

Вид занятия	Тема занятия	Количество часов	Интерактивная форма	Формируемые компетенции (код)
практическое занятие	Маркетинговые исследования в информационном обеспечении управления организацией	4	4	ОК-5 ПК-7
практическое занятие	Источники, методы сбора и анализа вторичной информации	4	4	ОК-5 ПК-7
практическое занятие	Проведение первичных исследований	4	4	ОК-5 ПК-7

## 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом по дисциплине в объеме 40 часов (очная форма обучения) и 60 часов (заочная форма обучения).

Самостоятельная работа (по В.И. Далю «самостоятельный – человек, имеющий свои твердые убеждения») осуществляется при всех формах обучения: очной, очно-заочной и заочной.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;

- информационно-обучающую;

- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

Самостоятельная работа, в рамках изучения дисциплины применяется в следующих формах:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Изучение источников и сбор информации по предприятию в рамках выполнения курсовой работы.

### 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных уровнях сформированности:

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Пороговый уровень	<b>знать:</b> виды информации, типа маркетинговых исследований <b>уметь:</b> анализировать количественную и качественную информацию <b>владеть:</b> навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений	удовлетворительно	Кейс-задания, решение задач тест (экзамен)
	Продвинутый уровень	<b>знать:</b> виды информации, типа маркетинговых исследований, виды анализа <b>уметь:</b> анализировать количественную и качественную информацию, делать выводы и строить прогнозы <b>владеть:</b> навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений	хорошо	Кейс-задания, решение задач, разноуровневые задания тест (экзамен)

	Высокий уровень	<p><b>знать:</b> виды информации, типа маркетинговых исследований, виды анализа, понятие управленческих решений и управленческих моделей</p> <p><b>уметь:</b> адаптировать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели к конкретным задачам управления</p> <p><b>владеть:</b> навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей</p>	отлично	Кейс-задания, решение задач, разноуровневые задания тест (экзамен)
ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;	Пороговый уровень	<p><b>знать:</b> основы организации предпринимательской деятельности, структура рынка, конъюнктуру рынка</p> <p><b>уметь:</b> оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности</p> <p><b>владеть:</b> навыками анализа рыночных условий</p>	удовлетворительно	Кейс-задания, решение задач, тест (экзамен)
	Продвинутый уровень	<p><b>знать:</b> основы организации предпринимательской деятельности, структура рынка, конъюнктуру рынка</p> <p><b>уметь:</b> оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности</p> <p><b>владеть:</b> навыками анализа рыночных условий, прогнозирования</p>	хорошо	Кейс-задания, решение задач, разноуровневые задания тест (экзамен)
	Высокий уровень	<p><b>знать:</b> основы организации предпринимательской деятельности, структура рынка, конъюнктуру рынка</p> <p><b>уметь:</b> оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> <p><b>владеть:</b> навыками анализа рыночных условий, прогнозирования и бизнес-моделирования</p>	отлично	Кейс-задания, решение задач, разноуровневые задания курсовая работа тест (экзамен)

Кейс-задания и задачи выполняются на практических занятиях по задачникам.

Практические задания включает в себя выполнение заданий по проведению полевых маркетинговых исследований:

- проведение опроса
- наблюдение

Зачет проводится в форме теста, содержащего вопросы по всему курсу «Маркетинговых исследований» и задачу.



Пример тестового экзаменационного билета:

1. Что означает понятие «контур выборки»
  - а) список всех единиц совокупности, из которого выбираются единицы выборки
  - б) объем сбыта продукции на рынке
  - в) географические границы рынка сбыта
2. Что не относится к методам полевых исследований:
  - а) опрос
  - б) наблюдение
  - в) обработка вторичной информации
3. Какой тип вопросов в анкете называется «открытыми»
  - а) вопрос, содержащий варианты ответов
  - б) вопрос, не содержащий варианты ответов
4. Что не является принципом проведения маркетинговых исследований
  - а) субъективность
  - б) регулярность
  - в) оперативность
  - г) точность
5. Для какого направления исследования целью является выявление наиболее эффективных средств доведения продукта до рынка
  - а) исследование цены
  - б) исследование каналов товародвижения
  - в) исследование рыночной доли
6. Вторичные данные (вторичную информацию) получают путем проведения
  - а) кабинетного исследования
  - б) полевого исследования
7. Виды исследований в зависимости от поставленной задачи
  - а) прикладное и фундаментальное
  - б) разведочное, описательное, экспериментальное и каузальное
8. Виды исследований в зависимости от периодичности проведения, проводимые постоянно
  - а) одноразовые
  - б) периодические
  - в) непрерывные
9. Пробный маркетинг (тестирование рынка) относится
  - а) к полевому эксперименту
  - б) к лабораторному эксперименту
10. Целью какого вида исследования относится получение и анализ статистических данных

а) качественные исследования

б) количественные исследования

Задача.

Рассчитать структуру квотированной выборки объем которой составляет 2000 человек. Доля женщин составляет 40%

Пол	Численность жителей %, лет					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Старше 64
Муж	10	20	25	35	5	5
Жен	20	15	25	10	15	15
Итого чел.						

(Фонд оценочных средств представлен в приложении к рабочей программе)

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### Основная литература

Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510093>

Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>

### Дополнительная литература

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511363>

Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>.

Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>.

### **Периодика**

1. Российский журнал менеджмента // <https://rjm.spbu.ru/>

2. Экономика и менеджмент систем управления //

<http://www.sbook.ru/emsu/>

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Профессиональная справочная система «Кодекс/Техэксперт»

Информационно-правовая система «Гарант»)

Компьютерная справочная правовая система в России «Консультант» (бессрочное пользование)

Гильдия маркетологов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketologi.ru>. –

Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. – Заглавие с экрана. –

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Маркетинговые исследования» изучается студентами в форме контактной работы (лекции, практические занятия) и в форме самостоятельной работы (выполнение заданий, изучение источников, сбор данных и т.д.). Форма аттестации по дисциплине – экзамен (тест). Допуском к экзамену является наличие полного лекционного материала и всех выполненных разноуровневых заданий, включающих в себя выполнение заданий по проведению полевых маркетинговых исследований

## **11. Электронная информационно-образовательная среда**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Чебоксарского института (филиала) Московского политехнического университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории филиала, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда – совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

б) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

в) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

г) проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Основными составляющими ЭИОС филиала являются:

а) сайт института в сети Интернет, расположенный по адресу [www.polytech21.ru](http://www.polytech21.ru), <https://chebpolytech.ru/> который обеспечивает:

- доступ обучающихся к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к изданиям электронных библиотечных систем, электронным информационным и образовательным ресурсам, указанных в рабочих программах (разделы сайта «Сведения об образовательной организации»);

- информирование обучающихся обо всех изменениях учебного процесса (новостная лента сайта, лента анонсов);

- взаимодействие между участниками образовательного процесса (подразделы сайта «Задать вопрос директору»);

б) официальные электронные адреса подразделений и сотрудников института с Яндекс-доменом @polytech21.ru (список контактных данных подразделений Филиала размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Контакты», списки контактных официальных электронных данных преподавателей размещены в подразделах «Кафедры») обеспечивают взаимодействие между участниками образовательного процесса;

в) личный кабинет обучающегося (портфолио) (вход в личный кабинет размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Студенту» подразделе «Электронная информационно-образовательная среда») включает в себя портфолио студента, электронные ведомости, рейтинг студентов и обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися,

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе с сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы,

г) электронные библиотеки, включающие электронные каталоги, полнотекстовые документы и обеспечивающие доступ к учебно-методическим материалам, выпускным квалификационным работам и т.д.:

Чебоксарского института (филиала) - «ИРБИС»

д) электронно-библиотечные системы (ЭБС), включающие электронный каталог и полнотекстовые документы:

- «ЛАНЬ» -[www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

- Образовательная платформа Юрайт -<https://urait.ru>

е) платформа цифрового образования Политеха -<https://lms.mospolytech.ru/>

ж) система «Антиплагиат» -<https://www.antiplagiat.ru/>

з) система электронного документооборота DIRECTUM Standard — обеспечивает документооборот между Филиалом и Университетом;

и) система «1С Управление ВУЗом Электронный деканат» (Московский политехнический университет) обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися;

к) система «POLYTECH systems» обеспечивает информационное, документальное автоматизированное сопровождение образовательного процесса;

л) система «Абитуриент» обеспечивает документальное автоматизированное сопровождение работы приемной комиссии.

## 12. Программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое), используемое при осуществлении образовательного процесса

Аудитория	Программное обеспечение	Информация о праве собственности (реквизиты договора, номер лицензии и т.д.)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmc	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Zoom	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех ви-	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный

<p>дов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103</p>	Renewal 2 года. Band S: 150-249	договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmс	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а</p>	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2В1Е-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	MS Windows 10 Pro	договор № 392_469.223.3К/19 от 17.12.19 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.223.3К/20
	Yandex браузер	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)

### 13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип и номер помещения	Перечень основного оборудования и технических средств обучения
Учебная аудитория для проведения	<u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса;

учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	доска учебная; информационные стенды; шкаф; <u>Технические средства обучения</u> : персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование</u> : комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; стенды <u>Технические средства обучения</u> : компьютерная техника; мультимедийное оборудование (проектор, экран)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование</u> : Комплект мебели для учебного процесса; <u>Технические средства обучения</u> : персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (согласно РП)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства (опрос, доклад, инд. задание, тест, зачет, экзамен)
1	Цели и задачи маркетинговых исследований	ОК-5, ПК-7	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
2	Маркетинговые исследования в информационном обеспечении управления организацией	ОК-5, ПК-7	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
3	Источники, методы сбора и анализа вторичной информации	ОК-5, ПК-7	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
4	Проведение первичных исследований	ОК-5, ПК-7	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет

5	Разработка рекомендаций по результатам исследования	ОК-5, ПК-7	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
---	---	------------	---

**2. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИИ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ (УРОВНЕЙ) ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ С ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ**

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Технология формирования компетенции	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ОК-5  способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Пороговый уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p>знать: основные обществоведческие терминов, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина.</p> <p>уметь: работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть / опытом деятельности: осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
	Продвинутый уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p>знать: основные обществоведческие терминов, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина.</p> <p>уметь: работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть / опытом деятельности: компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет



	Высокий уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p>знать: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие терминов, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению.</p> <p>уметь: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p> <p>владеть / опытом деятельности: компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
ПК-7  владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации	Пороговый уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> планирование деятельности по сбору, анализа социологических исследований;</p> <p><b>уметь:</b> построение внутренней информационной системы организации для сбора информации;</p> <p>владеть: методикой сбора, обработки информации о социальных факторах организации для принятия управленческих решений;</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет

управленческих решений в области функционально менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Продвинутый уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> планирование деятельности по сбору, анализа социологических исследований и контроль внедрения полученных исследований;</p> <p><b>уметь:</b> построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений,</p> <p><b>владеть:</b> методикой сбора, обработки информации о социальных факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет
	Высокий уровень	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> планирование деятельности по сбору, анализа социологических исследований и контроль внедрения полученных исследований;</p> <p><b>уметь:</b> построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений,</p> <p><b>владеть:</b> методикой сбора, обработки информации о социальных факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;</p>	зачтено	Реферат, практические задачи, проверочный тест, зачет

### 3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### 3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) ДЛЯ ОПРОСА НА ЗАНЯТИЯХ

Тема (раздел)	Вопросы
Цели и задачи маркетинговых исследований	Каковы основные задачи маркетинговых исследований?
	Какие факторы определяют форму организации маркетинговых исследований?
	Какие знания и навыки необходимы для проведения маркетинговых исследований?
Маркетинговые исследования в информационном обеспечении управления организацией	Охарактеризуйте роль информации при принятии управленческих решений.
	Что такое маркетинговая информационная система?
	В чем состоит основное отличие маркетинговой информационной системы от системы поддержки управленческих решений?
Источники, методы сбора и анализа вторичной информации	Какое различие существует между вторичной и первичной информацией?
	Каковы преимущества и недостатки вторичной информации?
	Какой критерий может быть использован при оценке точности и достоверности вторичной информации?
Проведение первичных	Охарактеризуйте основные методы проведения первичных исследований.

исследований	Какие типы первичных данных в особенности интересуют маркетологов? Как они различаются?
	Дайте характеристику видам выборки.
Разработка рекомендаций по результатам исследования	В чем заключаются особенности методов прогнозирования рынка.
	Перечислите и дайте характеристику достоинствам и недостаткам экспертного метода прогнозирования рынка.
	В чем заключаются особенности планирования объемов продаж.

### **3.2. ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ), САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

#### **1. Реферат**

Темы:

1. Опрос потребителей как способ получения объективной информации для принятия маркетинговых решений (Как правильно провести опрос)
2. Особенности проведения исследований на рынке услуг
3. Специфика маркетинговых исследований на промышленном рынке
4. Инновации в исследованиях
5. Исследования в сети Интернет
6. Социальные аспекты исследований
7. Проблема достоверности информации
8. Роль маркетинговых исследований в маркетинговых информационных системах и системах принятия решений.
9. Классификация маркетинговых исследований.
10. Постановка задачи маркетингового исследования и разработка подхода к ее решению.
11. Разработка проекта исследований. Типы исследовательских проектов.
12. Использование вторичных данных в проекте исследования.
13. Панельные исследования.
14. Обзор качественных и количественных исследований.
15. Измерения в маркетинговых исследованиях. Основные виды шкал.

### **3.1. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ, КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

«Рабочей программой и учебным планом не предусмотрено».

### **3.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ (ТЕСТ)**

1. Что относится к методам полевых исследований:
  - а) опрос
  - б) наблюдение
  - в) обработка вторичной информации
2. Что не является принципом проведения маркетинговых исследований
  - а) субъективность

- б) регулярность
- в) оперативность
- г) точность

3. Виды исследований в зависимости от поставленной задачи

- а) прикладное и фундаментальное
- б) разведочное, описательное, экспериментальное и каузальное

4. Целью какого вида исследования относится получение и анализ статистических данных

- а) качественные исследования
- б) количественные исследования

5. Какой тип вопросов в анкете называется «открытыми»

- а) вопрос, содержащий варианты ответов
- б) вопрос, не содержащий варианты ответов

*б. Система ценностей и убеждений, разделяемая сотрудниками, организации, коллективное сознание и менталитет компании образует ... компании:*

- а) миссия;
- б) стратегия;
- в) культура;
- г) положение;
- д) концепция.

*7. Анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач фирмы, таких, как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка, называются:*

- а) маркетингом;
- б) рыночным маркетингом;
- в) менеджментом;
- г) управлением маркетингом.

8. Маркетинговая информация – это:

- а) любая экономическая информация;
- б) информация, необходимая для маркетинговых целей;
- в) любая внутрифирменная информация;
- г) статистические данные.

9. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
- б) собрать информацию о потребительских мнениях;
- в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования;

г) собрать информацию обо всех предприятиях, действующих на рынке.

10. Конъюнктура рынка – это:

а) емкость рынка;

б) насыщенность рынка;

в) ситуация на рынке, сложившаяся под воздействием комплекса факторов;

г) внутрифирменная ситуация.

### **3.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА)**

1. Маркетинговые исследования: понятие, виды, цели.
2. Место и роль маркетинговых исследований в общей концепции маркетинга.
3. Принципы маркетинговых исследований.
4. Факторы, влияющие на результаты в бизнесе и коммерции.
5. Система методов и методических приемов в маркетинговых исследованиях.
6. Методики проведения количественных и качественных маркетинговых исследований.
7. Основные этапы маркетингового исследования, их содержание.
8. Модель изучения товарной структуры рынка.
9. Основные разделы плана маркетингового исследования и способы сбора первичных данных.
10. Опросы: понятие, виды, методика, преимущества и недостатки.
11. Наблюдение: формы, виды, преимущества и недостатки.
12. Эксперимент: понятие, основные виды и признаки.
13. Панель как метод исследования: понятие, виды, содержание.
14. Выбор вида средств маркетинговых исследований и метода коммуникации.
15. Количественные исследования: понятие, проблемы, стадии, концепция сбора данных.
16. Выбор объекта исследования: генеральная совокупность, выборка, объем выборки, определение состава выборки.
17. Виды выборки, ее методы и характеристика.
18. Репрезентативность выборки и ее ошибка.
19. Способы сбора информации в маркетинге и ее источники.
20. Организационное, техническое и информационное обеспечение маркетинговых исследований.
21. Качественные исследования: понятие, виды, задачи, методы получения информации.
22. Фокус-группы как метод маркетинговых исследований: сущность, основные стадии и их содержание.
23. Методика проведения качественных исследований с помощью фокус-групп.
24. Анализ информации: критерии, методы.
25. Прогнозирование: классификация, методы их классификация.
26. Маркетинг на рынке услуг: направления исследования и особенности.
27. Маркетинговые исследования рынка услуг социальной сферы.

28. Планирование и организация маркетинговых исследований.
29. Рейтинг: понятие, методика определения, единица рейтинга.
30. Разведывательные маркетинговые исследования: сущность, специфика.
31. Оценочные маркетинговые исследования: сущность, специфика.
32. Регулярные маркетинговые исследования: сущность, специфика.
33. Цели и задачи объяснительных маркетинговых исследований.
34. Целевые и стандартные маркетинговые исследования: сущность, сходство и различия, преимущества и недостатки.
35. Мониторинг: понятие, содержание, использование в маркетинговых исследованиях.
36. Основные группы целей маркетингового исследования и их характеристики.
37. Выработка гипотезы маркетингового исследования и сбора данных.
38. Внутренняя и внешняя обстановка: основные элементы, их анализ, использование результатов.
39. Методы получения информации в маркетинге.
40. Вторичные маркетинговые исследования: источники информации, их анализ преимущества.
41. Анкетирование: понятие, содержание, инструментарий, методика проведения.
42. Интервью как метод сбора информации: виды, типы, характеристика.
43. Шкалирование: понятие, методы, их характеристика.
44. Наблюдение: понятие, необходимость проведения, основные недостатки.
45. Путеводитель: содержание, правила и методика составления.
46. Понятие кластер-анализа, использование его в маркетинговых исследованиях.
47. Понятие перспективности рынка, ее прогнозирование и эффективность.
48. Маркетинговые исследования рынка интеллектуального продукта.
49. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг.
50. Маркетинговое исследование рекламной деятельности.
51. Маркетинговое исследование рынка продукта (по выбору студента).

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

#### **4.1. Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования, достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине**

<b>ОК-5</b> способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия				
Этап (уровень)	Критерии оценивания			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>знать</b>	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие	Обучающийся демонстрирует	Обучающийся демонстрирует полное

	<p>недостаточное соответствие следующих знаний: основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина</p>	<p>следующих знаний: основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина.</p>	<p>частичное соответствие следующих знаний: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению</p>	<p>соответствие следующих знаний: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению.</p>
<p><b>уметь</b></p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выполнять Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.</p>
<p><b>владеть</b></p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет: осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	<p>Обучающийся владеет в неполном объеме и проявляет недостаточность владения навыками компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм</p>	<p>Обучающимся допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения, частично владеет навыками компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе мо-</p>	<p>Обучающийся свободно применяет полученные навыки, в полном объеме владеет компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых</p>

			ральных и правовых норм	норм
<p><b>ПК-7</b> владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p>				
Этап (уровень)	Критерии оценивания			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>знать</b>	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: причинно-следственные связи политических и социальных процессов; основные обществоведческие термины, законы развития природы и общества, факты истории, права и обязанности гражданина, быть готовым к свободному и ответственному поведению.
<b>уметь</b>	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выполнять Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений:  Работать в команде, Общаться с представителями различных социальных, этнических групп людей обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и находить пути её достижения; практически анализировать логику различного рода суждений, публично выступать, аргументировано вести дискуссии и полемику.
<b>владеть</b>	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени	Обучающийся владеет в полном объеме и проявляет	Обучающимся допускаются незначи-	Обучающийся свободно применяет по-



	ни владеет: осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм	недостаточность владения навыками компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм	тельные ошибки, неточности, затруднения, частично владеет навыками компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм	лученные навыки, в полном объеме владеет компетенциями анализа информации, имеющейся в различных источниках, осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учётом принятых в обществе моральных и правовых норм
--	---	---	--	--

#### 4.2. Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание

##### Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Маркетинговые исследования»: подготовили реферат, написали эссе, составили кроссворд по социологическим терминам, выполнили тест на определения социально-психологического типа, участвовали в дискуссии, выполнили социологическое исследование.

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков по этапам (уровням) сформированности компетенций, допускаются

	<p>значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.</p>
--	---

## ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры, протокол № 9 от «10» апреля 2021 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах.

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры, протокол № 11 от « 14 » мая 2022 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, а так же перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 06 от «04» марта 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, актуализации тем для самостоятельной работы, актуализации вопросов для подготовки к промежуточной аттестации, актуализации перечня основной и дополнительной учебной литературы.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 10 от «22» августа 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации электронных библиотечных систем.