

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Инструменты аналитического маркетинга

Код модуля
1160157(0)

Модуль
Рыночная аналитика

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Чазова Татьяна Юрьевна	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	систем управления энергетикой и промышленными предприятиями

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Чазова Татьяна Юрьевна, Доцент, систем управления энергетикой и промышленными предприятиями

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Инструменты аналитического маркетинга**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Инструменты аналитического маркетинга**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-12 -Способен применять аналитические инструменты для принятия упреждающих решений и методологию опережающего развития организаций в наукоемких отраслях, включая научно-образовательную	З-1 - Знать особенности функционирования и факторы, определяющие развитие наукоемких отраслей П-1 - Владеть методами и инструментами стратегического, рыночного и контекст-анализа У-1 - Уметь применять конкретные аналитические инструменты в зависимости от контекста, предмета и задачи У-2 - Уметь формировать сводные отчеты по результатам проведенного анализа внешней среды	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Понятие и структура инновационного климата. Составляющие инновационного макроклимата и микроклимата предприятия. Анализ инновационного климата.

Современное состояние инновационного климата в РФ

2. Место и роль аналитического маркетинга в системе управления предприятием. Цели анализа факторов внешней среды. Структура и логика анализа.

3. Мониторинг факторов внешней среды. PEST-анализ. Метод "5 x 5".

4. Анализ отрасли. Анализ барьеров входа и выхода. Модели М. Портера.

5. Методика и инструменты анализа микроокружения.

6. Инновационный потенциал организации и его структура. Совместное рассмотрение инновационного климата и инновационного потенциала организации.

7. Методика SWOT-анализа. SPACE-анализ. Метод БКГ.

8. Анализ уязвимости предприятия. Анализ рисков.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

Примерные задания

К факторам микросреды относятся:

- a) клиенты
- b) демографические факторы
- c) сотрудники фирмы
- d) контактные аудитории
- e) конкуренты
- f) политические факторы
- g) экономические факторы
- h) посредники
- i) поставщики
- j) партнеры

Система маркетинговой информации включает:

- a) статистический банк данных
- b) систему внутренней отчетности
- c) банк моделей
- d) систему сбора внешней информации
- e) систему маркетинговых исследований

Матрица Бостонской консультационной группы основана на анализе характеристик

(выберите две из пяти):

- a) привлекательность отрасли
- b) интенсивность соперничества
- c) темп роста спроса
- d) доля рынка
- e) благоприятные возможности для бизнеса

К числу «пяти сил Портера» непосредственно относятся (выберите несколько):

- a) силу госрегулирования
- b) возможность появления новых конкурентов
- c) наличие технологических преимуществ
- d) силу поставщиков в торговле
- e) совместно разделяемые ценности

Исходной стадией процесса принятия решений о проведении маркетингового исследования является:

- a) описание ситуации принятия решений
- b) формирование миссии организации
- c) выявление лица, ответственного за принятие решения
- d) формулировка целей
- e) выявление проблемы

«Дойная корова» – это СЗБ, для которого характерно:

- a) интенсивное вложение капитала
 - b) анализ вариантов будущего развития
 - c) перераспределение прибыли в другие СЗБ
- SWOT-анализ основан на оценке параметров

(выберите несколько):

- a) темп роста спроса
- b) сильные стороны фирмы
- c) угрозы
- d) доля продукции на рынке
- e) возможности
- f) слабые стороны фирмы

Модель конкурентных сил отрасли включает факторы (выберите несколько):

- a) способность потребителей торговаться
- b) интенсивность соперничества
- c) появление товаров-заменителей
- d) таможенные барьеры
- e) государственные регуляторы

К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы:

- a) кабинетные исследования
- b) внекабинетные / полевые исследования

Основные факторы макросреды:

- a) экономические условия
- b) демографические данные
- c) политические факторы
- d) потребители
- e) природные условия
- f) возможности фирм-производителей

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Решение ситуационных задач

Примерные задания

Ситуационная задача

Портфель направлений деятельности завода электронной техники включает пять стратегических бизнес-единиц (СБЕ). Данные об объемах продаж этих СБЕ и их главных конкурентов приведены в таблице.

Стратегические бизнес-единицы

(СБЕ) Объем продаж, млн шт. Число конкурентов, шт. Объемы продаж 3-х главных конкурентов, млн шт. Темп роста рынка, %

A 1,0 7 1,4/1,4/1,0 15

B 3,2 18 3,2/3,2/2,0 20

C 3,8 12 3,8/3,0/2,5 7

D 6,5 5 6,5/1,6/1,4 4

E 0,7 9 3,0/2,5/2,0 4

Задание.

1. Проведите анализ портфеля завода методом БКГ и поставьте свой диагноз его состояния.
2. Какие рекомендации вы можете дать по результатам вашего анализа? Какую стратегию нужно выбрать для каждой СБЕ?
3. Перечислите условия, которые необходимо выполнить для применения метода БКГ.

Ситуационная задача. Феномен «первого лица»

К директору многопрофильного производственного объединения пришли два знакомых специалиста и предложили организовать на его предприятии цех пластмассовых изделий для выпуска полиэтиленовой пленки и некоторых поделок из пластика. Спрос на полиэтиленовую пленку значительно превышал предложение, что объяснялось интересом предпринимателей и населения к парниковому хозяйству. Высокие темпы роста этого спроса директором и его окружением прогнозировались на длительный период. Были и альтернативные предложения: организовать кирпичное производство, закупить акции «Менатеп», приобрести в Подмоскowie земли и начать строительство коттеджей, создать парниковое хозяйство или сравнительно дешево приобрести и освоить животноводческую ферму.

Но дивиденды от акций «Менатеп» выглядели призрачно. Обилие рекламы по организации кирпичного производства давало основание считать, что кирпича через 2-3 года будет столько, что большую прибыль на нем получить будет трудно. Приобретение земли и строительство коттеджей упиралось в поиск надежного менеджера, получение кредита на приемлемых процентных ставках. Смущала также отдаленность земли от базовой фирмы. Создание парникового хозяйства и приобретение животноводческой фермы были отмечены как низкорентабельные и трудоемкие.

Директору наиболее приемлемым показалось предложение создать пластмассовый цех, тем более что ходки обещали дешево закупить, отремонтировать и отладить оборудование, дешево приобрести по известным им каналам гранулированный полиэтилен и полистирол. Основные заботы по организации и пуску производства они брали на себя. Для того, чтобы убедиться в правоте своего выбора, директор провел совещание, на котором присутствовали заместитель по производству, главный экономист, руководители и технологи других производств. Выслушав доклад инициаторов нового производства, их аргументацию и мнение директора, собравшиеся быстро согласились на организацию такого производства в структуре своего объединения. Было также принято решение подключить специалистов со стороны к экспертизе исходных данных и подготовке технико-экономического обоснования, что впоследствии и было сделано.

В намеченные сроки производство, однако, пустить не удалось. Купленное по низкой цене оборудование потребовало основательного восстановления, наладчики не покидали участок экструзии. В итоге ожидаемые затраты на пуско-наладку утроились, сроки пуска производства также значительно превзошли ожидаемые. К моменту пуска производства региональный рынок уже насытился относительно дешевой пленкой, за год все же удалось произвести около 40 тысяч метров пленки, но из-за ее высокой себестоимости пришлось повышать и цену, так как хотелось получить достаточную прибыль, чтобы разом окупить все затраты по созданию цеха. Покупатели же не торопились покупать этот товар, крупных оптовых закупок вообще не было. Реклама товара в основном велась через личные связи со знакомыми и соседними коммерсантами, без прессы. Склад затоварился, сбыта не было, производство потеряло коммерческий смысл. После нескольких инфляционных всплесков пленку все же продали. Но отношение к этому производству по сравнению с первоначальным изменилось на противоположное.

Вопросы

1. Ориентируется ли предприятие в своей деятельности на рынок?
2. Оцените процедуру накопления и отбора бизнес-идей на предприятии.
3. Какая служба и каким образом могла бы помочь директору предприятия в принятии решений?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Понятие и структура инновационного климата организации.
2. Составляющие инновационного макроклимата и микроклимата предприятия.
3. Цели и методы анализа факторов внешней среды в инновационном бизнесе.
4. Раскрыть понятия: сканирование среды, мониторинг среды, прогнозирование.

Привести примеры.

5. Структура и логика анализа внешней среды в инновационном бизнесе. Показать на примере.
6. Анализ микроокружения. PEST-анализ. Метод "5 x 5".
7. Анализ отрасли. Анализ барьеров входа и выхода. Модели М. Портера.
8. Оценка инновационной позиции организации.
9. Методика SWOT-анализа.
10. SPACE-анализ. Рассмотреть все группы факторов, привести примеры.
11. Метод БКГ. Построение матрицы. Допущения и ограничения этого подхода.
12. Метод сценариев. Показать на примере.
13. Методы экспертных оценок (Дельфи, мозгового штурма и др.). Привести примеры.
14. Анализ уязвимости предприятия.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.