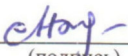


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
Кафедра менеджмента и агробизнеса

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
«28» августа 2023 г., протокол № 1
заведующий кафедрой


_____ А.В. Видякин
(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.03 ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ "РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК"

для студентов по направлению подготовки бакалавриата

Направление 38.03.02 Менеджмент
Профиль: Управление бизнесом

Разработчик: Латков Н.Ю.,

Кемерово 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	3
1.1 Перечень компетенций	3
1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	4
1.3 Описание шкал оценивания	7
1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий	8
2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ	10
2.1 Текущий контроль знаний студентов	10
2.3 Типовой вариант экзаменационного тестирования	20
Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3 з.....	20
Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3 У	21
Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3В	22
Тестовые задания для проверки компетенции ПК-6.3з.....	22
Тестовые задания для проверки компетенции ПК-6.3 у.....	23
3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	25

1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Перечень компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 Способность формировать и осуществлять обоснованный выбор возможных управленческих решений на основе разработанных для них целевых показателей в условиях цифровой экономики

ПК-6 Способность разрабатывать программу маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации

1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть» (З1, У1, В1, З2, У2, В2, З3, У3, В3), расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Таблица 1 – Соответствие этапов (уровней) освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			Оценочные средства
		1	2	3	
ПК-1 Способность формировать и осуществлять обоснованный выбор возможных управленческих решений на основе разработанных для них целевых показателей в условиях цифровой экономики	<p>Знать: теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, теорию конфликтов.</p> <p>Уметь: - планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами используя техники эффективных коммуникаций, анализировать требования заинтересованных сторон, оценивать эффективность бизнес-возможность решения и целевых показателей. критериев и выбранных показателей на основе навыков</p> <p>Владеть: - навыками оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем решения и выбора решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и выбора решения для реализации в составе группы экспертов.</p>	<p>В целом успешное, но систематическое умение планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами используя техники эффективных коммуникаций, анализировать требования заинтересованных сторон, оценивать эффективность решения и бизнес-возможность реализации решения с точки зрения выбранных критериев и целевых показателей на основе навыков</p> <p>оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и выбора решения для реализации в составе группы экспертов</p>	<p>В целом успешное, но содержательное умение планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами используя техники эффективных коммуникаций, анализировать требования заинтересованных сторон, оценивать эффективность решения и бизнес-возможность реализации решения с точки зрения выбранных критериев и целевых показателей на основе навыков</p> <p>оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и выбора решения для реализации в составе группы экспертов</p>	<p>Успешное и систематическое умение планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами используя техники эффективных коммуникаций, анализировать требования заинтересованных сторон, оценивать эффективность решения и бизнес-возможность реализации решения с точки зрения выбранных критериев и целевых показателей на основе навыков</p> <p>оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и выбора решения для реализации в составе группы экспертов</p>	<p>Собеседование, тест, равноуровневые задания и задачи, рефераты, экзаменационные материалы</p>

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			Оценочные средства
		1	2	3	
<p>ПК-6 Способность разрабатывать программу маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации</p> <p>Знать: - специфику деятельности организации пищевой и перерабатывающей промышленности, специфику рынков продуктов питания, элементы и факторы макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности, систему внутренней отчетности организаций пищевой и перерабатывающей промышленности</p> <p>Уметь: - выполнять стратегический маркетинговый анализ, анализ воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, используя методы количественного и качественного анализа информации, адаптированные к конкретным задачам управления экономическими, финансовыми и организационно-управленческими моделями;</p> <p>Владеть: - навыками проведения стратегического маркетингового анализа традиционных и инновационных продуктов для организаций пищевой и перерабатывающей промышленности.</p> <p>Третий этап (завершение формирования) <i>Проводит стратегический маркетинговый анализ традиционных и инновационных продуктов для организаций пищевой и перерабатывающей промышленности</i></p>	<p>В целом успешные, но не систематические знания о специфике деятельности организации пищевой и перерабатывающей промышленности, специфике рынков продуктов питания, элементах и факторах макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности, системе внутренней отчетности организаций пищевой и перерабатывающей промышленности, что позволяет выполнять стратегический маркетинговый анализ, анализ воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, используя методы анализа информации, адаптированные к конкретным задачам управления</p>	<p>В целом успешные, но содержатся пробелы в знаниях о специфике деятельности организации пищевой и перерабатывающей промышленности, специфике рынков продуктов питания, элементах и факторах макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности, системе внутренней отчетности организаций пищевой и перерабатывающей промышленности, что позволяет выполнять стратегический маркетинговый анализ, анализ воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, используя методы анализа информации, адаптированные к конкретным задачам управления</p>	<p>Успешные и систематические знания о специфике пищевой и перерабатывающей промышленности, специфике рынков продуктов питания, элементах и факторах макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности, системе внутренней отчетности организаций пищевой и перерабатывающей промышленности, что позволяет выполнять стратегический маркетинговый анализ, анализ воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, используя методы анализа информации, адаптированные к конкретным задачам управления</p>		

Этапы формирования компетенций реализуются в ходе освоения дисциплины, что отражается в тематическом плане дисциплины.

1.3 Описание шкал оценивания

Для оценки составляющих компетенции при текущем контроле и промежуточной аттестации используется балльно-рейтинговая система оценок. При оценке контрольных мероприятий преподаватель руководствуется критериями оценивания результатов обучения (таблица 1), суммирует баллы за каждое контрольное задание и переводит полученный результат в вербальный аналог, руководствуясь таблицей 2 и формулой 1.

Таблица 2 – Сопоставление оценок когнитивных дескрипторов с результатами освоения программы дисциплины

Балл	Соответствие требованиям критерия	Выполнение критерия	Вербальный аналог	
1	2	3	4	
5	результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия	85-100% от максимального количества баллов	отлично	зачтено
4	результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – более 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия	75-84,9% от максимального количества баллов	хорошо	
3	результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – до 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия	60-74,9% от максимального количества баллов	удовлетворительно	
2	результат, содержащий неполный правильный ответ, содержащий значительные неточности, ошибки (степень полноты ответа – менее 60%)	до 60% от максимального количества баллов	неудовлетворительно	не зачтено
1	неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия	0% от максимального количества баллов		

Расчет доли выполнения критерия от максимально возможной суммы баллов проводится по формуле 1:

$$A = \frac{\sum_{i=1}^n m_i k_i}{5 \cdot \sum_{i=1}^n m_i} \cdot 100\% \quad (1)$$

где n – количество формируемых когнитивных дескрипторов;
 m_i – количество оценочных средств i -го дескриптора;
 k_i – балльный эквивалент оцениваемого критерия i -го дескриптора;
5 – максимальный балл оцениваемого результата обучения.

Затем по таблице 2 (столбец 3) определяется принадлежность найденного значения A (в %) к доле выполнения критерия и соответствующий ему вербальный аналог.

Вербальным аналогом результатов зачета являются оценки «зачтено / не зачтено», экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые заносятся в экзаменационную (зачетную) ведомость (в то числе электронную) и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат, а второй хранится на кафедре.

В случае неявки студента на экзамен (зачет) в экзаменационной ведомости делается отметка «не явился».

1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Итоговая оценка определяется на основании таблицы 2.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

Экзаменационное тестирование

Экзаменационное тестирование проводится в день экзамена в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <http://moodle.ksai.ru/course/index.php?categoryid=3313>

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения экзаменационного тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 60 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 120 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

2.1 Текущий контроль знаний студентов

Комплект вопросов для собеседования

Тема 1. Бизнес-анализ как система для выявления, сбора и анализа информации в целях формирования возможных решений.

1. Выявление, сбор и анализ информации бизнес-анализа для формирования возможных решений в проектной деятельности.
2. Определение связей и зависимостей между элементами информации бизнес-анализа проекта.
3. Применение информационных технологий в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа в проектной деятельности

Тестовые задания

- 1) Основными требованиями к модели хозяйственной деятельности являются:
1. отражение видов деятельности, приносящих максимальный доход
 2. отражение наиболее существенных с точки зрения поставленной задачи видов деятельности
 3. отражение видов деятельности, отвлекающих наибольший объем ресурсов
 4. максимально подробное отражение всех видов деятельности
 5. отражение видов деятельности, допускающих стандартизацию, массовое тиражирование

Правильный ответ: 1

- 2) Сбалансированная система показателей это:
1. система целей и способов их достижения
 2. система стратегических показателей, характеризующих состояние компании на конец отчетного периода
 3. система стратегических целей и метрик, характеризующих степень их достижения
 4. система стратегических целей и условий их достижения

Правильный ответ: 2

- 3) Одним из основных элементов ABC управляемого временем является:
1. номенклатура потребляемых продуктами и клиентами ресурсов
 2. стоимость потребляемых продуктами и клиентами ресурсов
 3. интенсивность потребления ресурсов продуктами и клиентами
 4. продолжительность потребления ресурсов продуктами и клиентами

Правильный ответ: 4

- 5) Операции в терминологии ABC это:
1. действия, осуществляемые ресурсами
 2. этапы преобразования сырья
 3. мероприятия компании в своем сегменте рынка
 4. действия, связанные с переводом денежных средств

Правильный ответ: 1

Решение разноуровневых задач

Задача 1

Сколько единиц продукции (А) нужно продать, чтобы получить прибыль 250 000 тыс. руб., если в акционерном обществе производятся комплекты электроотопительных систем?

Имеются данные для единицы продукции: переменные затраты — 150 тыс. руб.; постоянные затраты — 50 тыс. руб.; вклад в покрытие (М) — 90 тыс. руб.

Решение

Вклад в покрытие = постоянные затраты + прибыль;

Выручка - пер. издержки = постоянные затраты -I- прибыль;

$C \times K - I_{пер} \times K = I_{пост} \times K + П \times K$ преобразуем в формулу

$C \times K - (I_{пер} + I_{пост}) \times K = П \times K$, преобразуем:

$$C \times K - 200 \times K = 250\,000 \text{ тыс. руб.};$$

$$C = I_{пер} + M = 240 \text{ тыс. руб.};$$

$$K = 250\,000 : 40 = 6250 \text{ тыс. руб.}$$

Правильный ответ: чтобы получить прибыль 250 000 тыс. руб., нужно продать 6250 шт.

Задача 2

Какой должна быть цена (Х), чтобы получить прибыль 200 000 тыс. руб., если в акционерном обществе производятся холодильные агрегаты?

Имеются данные для единицы продукции:

переменные затраты — 140 тыс. руб.;

постоянные затраты — 20 тыс. руб.;

вклад в покрытие — 45 тыс. руб.

Решение

**Выручка = переменные затраты + постоянные
затраты + прибыль.**

$C \times K - (I_{\text{пер}} + I_{\text{пост}}) \times K = \Pi \times K$ преобразуем:

$$C \times K - 160 \times K = 200\,000 \text{ тыс. руб.};$$

Правильный ответ: чтобы получить прибыль 200 000 тыс. руб., нужно продать по цене 180 тыс. руб. за штуку 10 000 ед. продукции.

$$C = I_{\text{пер}} + M = 180 \text{ тыс. руб.};$$

$$K = 200\,000 \text{ тыс. руб.} : 20 = 10\,000 \text{ шт.}$$

Задача 4

Сколько единиц продукции (А) нужно продать, чтобы достичь уровня безубыточности (все затраты покрыты, прибыли нет), если в акционерном обществе производятся комплекты мебели при постоянных затратах на весь объем выпуска — 120 000 тыс. руб.?

Имеются данные для единицы продукции:

вклад в покрытие на единицу продукции — 20 тыс. руб.

Решение

Точка безубыточности определяется как отношение постоянных затрат и маржинальной прибыли.

$$120\,000 \text{ тыс. руб.} : 20 \text{ тыс. руб.} = 6000 \text{ ед.}$$

Правильный ответ: Уровень безубыточности будет достигнут, если предприятие продаст 6000 ед. продукции.

В точке безубыточности вклад в покрытие равен постоянным затратам.

Задача 5

Выручка от реализации продукции составила на предприятии 500 млн руб., условно-переменные затраты — 250 млн руб., условнопостоянные затраты — 100 млн руб. Рассчитать точку безубыточности и эффект операционного рычага.

Показатель	Сумма, млн руб.	Процент
1. Выручка от реализации	500	100
2. Переменные затраты	250	50
3. Маржинальная прибыль	?	?
4. Постоянные расходы	100	
5. Финансовый результат (прибыль) (стр. 3 - стр. 4)	?	

Решение

Рассчитаем процент маржинальной прибыли к выручке от реализации:

$$250 : 500 \times 100 \% = 50 \%$$

Точка безубыточности в этом случае будет определена как отношение постоянных затрат к доле маржинальной прибыли в общей выручке от реализации:

$$100 : 50 \% \times 100 \% = 200 \text{ млн руб.}$$

Эффект операционного рычага рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к прибыли. В нашем примере сила воздействия операционного рычага будет равна:

$$250 : 150 = 1,67.$$

Другими словами, любое изменение выручки влечет за собой изменение прибыли в пропорции 1 : 1,67. Допустим, у предприятия появилась возможность увеличить выручку от реализации на 10 %, в этом случае прибыль возрастет на 16,7 %:

Выручка от реализации: $500 \times 1,1 = 550$ млн руб.

Переменные затраты: $250 \times 1,1 = 275$ млн руб.

Маржинальная прибыль: $550 - 275 = 275$ млн руб.

Прибыль от реализации: $275 - 100 = 175$ млн руб.

Правильный ответ: прибыль увеличилась на 25 млн руб., или 16,7 %. При снижении выручки от реализации сила операционного рычага возрастает, что влечет за собой серьезное снижение прибыли. В нашем примере уменьшение реализации на 5 % повлечет за собой снижение прибыли на 8,35 % ($5 \times 1,67$).

Тема 2. Информационные технологии (программное обеспечение), применяемые при разработке новых проектов в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа

1. Теоретические основы функционирования информационных технологий бизнес-анализа в деятельности экономиста
2. Функциональное назначение специализированных программ для проведения бизнес-анализа
3. Анализ финансовой отчетности в программах финансового анализа для целей бизнес-анализа
4. Создание и оценка инвестиционных проектов с использованием информационных технологий для бизнес-анализа
5. Этапы реализации алгоритма расчета бизнес плана с использованием информационных технологий для бизнес-анализа

6. Контроль показателей эффективности проекта по итогам его реализации с использованием информационных технологий для бизнес-анализа

Тема 3. Применение теории систем при разработке проекта

1. Основные понятия теории систем. Принципы системного анализа

2. Системные свойства. Классификация систем. Методы и приемы обеспечения информационной безопасности в процессе проектирования, разработки и эксплуатации информационно-аналитических систем.

3. Принципы и закономерности исследования и моделирования систем. Математическое моделирование.

4. Функциональное описание и моделирование систем. Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для автоматизированной обработки информации с использованием персональных электронно-вычислительных машин и вычислительных систем.

Тема 4. Описание и моделирование систем при разработке проекта

1. Морфологическое (структурное) описание и моделирования систем

2. Информационное описание и моделирования систем

3. Структура системного анализа. Процесс кодирования данных.

4. Классификация видов моделирования систем. Современные технологии автоматизированного проектирования информационно-аналитических систем.

5. Методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации с использованием базовых системных программных продуктов и пакетов прикладных программ.

6. Использование методов системного анализа при рассмотрении любой рыночной ситуации как объекта с широким диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей.

7. Показатели и критерии эффективности функционирования систем

Тестовые задания

1. Совокупность всех объектов, изменение свойств которых влияет на системы, а также тех объектов, чьи свойства меняются в результате поведения системы, это:

- а) среда;
- б) подсистема;
- в) компоненты.

Правильный ответ: а

2. Простейшая, неделимая часть системы, определяемая в зависимости от цели построения и анализа системы:

- а) компонент;

- б) наблюдатель;
- в) элемент;
- г) атом.

Правильный ответ: в.

3. Компонент системы- это:

- а) часть системы, обладающая свойствами системы и имеющая собственную подцель;
- б) предел членения системы с точки зрения аспекта рассмотрения;
- в) средство достижения цели;
- г) совокупность однородных элементов системы.

Правильный ответ: г.

4. Ограничение системы свободы элементов определяют понятием

- а) критерий;
- б) цель;
- в) связь;
- г) страта.

Правильный ответ: в.

5. Способность системы в отсутствии внешних воздействий сохранять своё состояние сколь угодно долго определяется понятием

- а) устойчивость;
- б) развитие;
- в) равновесие;
- г) поведение.

Правильный ответ: в.

Тема 4. Структура и основные характеристики товарных рынков и рынков факторов производства в АПК

1. Понятие и структура рынка. Предпосылки функционирования рынков. Спрос и предложение, факторы, их определяющие. Эластичность спроса и предложения в АПК.

2. Виды (типы) рынков в АПК. Основные характеристики товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности. Основные характеристики рынков продуктов питания, элементы макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности.

3. Основные перспективные направления развития рынка АПК.

4. Анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов маркетинговой микросреды в области пищевой и перерабатывающей промышленности.

5. Анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов маркетинговой макросреды в области пищевой и перерабатывающей промышленности

6. Структура и основные характеристики товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности

7. Система внутренней отчетности организаций пищевой и перерабатывающей промышленности

Тестовые задания

1) Преимущественно в этих районах размещается молочное скотоводство:

- а) центра европейской территории
- б) Нижнего Поволжья и юга Восточной Сибири
- в) степей Северного Кавказа и Урала

Правильный ответ: а

2) Что из представленного является ведущей отраслью растениеводства России:

- а) кормопроизводство
- б) картофелеводство
- в) зерновое хозяйство

Правильный ответ: в

3) Каким образом определяется общий уровень интенсификации АПК:

- а) легкой промышленностью
- б) растениеводством
- в) производством сельскохозяйственных машин и оборудования

Правильный ответ: в

4) Предложение, определяющее АПК:

- а) растениеводство и животноводство России
- б) совокупность предприятий, принимающих участие в производстве, переработке и сбыте сельскохозяйственной продукции
- в) вид производственной деятельности предприятий, специализирующихся на сельском хозяйстве и переработке продукции

Правильный ответ: б.

5) Что относится к элементам микросреды маркетинга?

- а) Взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, б) также конкурентами
- в) Взаимоотношения предприятия с государством
- г) Взаимоотношения предприятия с налоговыми органами

Правильный ответ: а.

Тема 5. Порядок формирования информационной базы необходимой для маркетинговых исследований товарного и продуктового рынков АПК

1. Типы и виды источников информации для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области АПК.

2. Определение источников информации для целей мониторинга, анализа и прогнозирования товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности

3. Формирование перечней информации и степени ее детализации о факторах маркетинговой микросреды, макросреды, внутренних и внешних рынках сырья, внутренних и внешних рынках инновационных технологий логистики и сбыта продукции. Источники внешней текущей маркетинговой информации о товарных рынках и рынках факторов производства.

Тема 6. Технологии проведения маркетингового исследования. Закономерности в изменениях маркетинговой среды.

4. Выявление закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политики организации, работающей на рынке продуктов питания

5. Определение основных этапов проведения маркетинговых исследований в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации.

6. Формирование технологии проведения маркетингового исследования маркетинговой информационной системы.

7. Назначение и особенности этапов комплексного маркетингового исследования. Классификация и особенности проведения маркетинговых исследований в проектной деятельности по области применения и схеме проведения

8. Типы и виды источников информации для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в АПК. Система базовых понятий маркетинговых исследований в области пищевой и перерабатывающей промышленности.

9. Принципы подготовки данных к анализу, первичной обработки данных и проведения базовых операций анализа данных в соответствии с целью маркетингового исследования в проекте.

10. Формирование выборки в соответствии с целью маркетингового исследования в проекте. Разработка опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства. Разработка формы для проведения наблюдения за поведением целевых потребителей с учетом требований релевантности. Структура вопросника для проведения маркетингового исследования.

11. Специализированное программное обеспечение для сбора, хранения и обработки информации в соответствии с разработанной программой

маркетингового исследования, автоматизированные системы делопроизводства, методы и средства защиты информации в процессе сбора информации.

12. Автоматизированные системы делопроизводства в соответствии с целью маркетингового исследования в АПК

13. Классификация маркетинговых исследований по назначению, по схеме организации, по методам проведения. Этапы комплексного маркетингового исследования.

Тестовые задания

1) Основная цель маркетинговых исследований

а) Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений;

б) Совершенствовать общее представление о маркетинге, как явлении и процессе

в) Получить информацию о конкурентах

Правильный ответ: а

2) Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как объективность подразумевается ...

а) учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления

б) получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в) изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

г) объяснение изучаемых явлений на основе научных положений

Правильный ответ: а

3) Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара, называется ...

а) изучение рыночной конъюнктуры

б) изучение каналов распределения

в) изучение потребителей

г) тестирование новых товаров

Правильный ответ: в

4) Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как достоверность подразумевается ...

а) соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования

б) получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в) изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Правильный ответ: б

5) Аналитический процесс, включающий определение проблемы, сбор, обработку и анализ информации, а также выработку рекомендаций по решению проблемы, называется ...

- а) формирование исследовательской панели
- б) маркетинговые исследования
- в) формирование гипотезы
- г) выборочное исследование

Правильный ответ: б

Тестовые задания

1) Составляющие стадии реализации проекта

- а) Анализ и регулирование выполнение проекта
- б) Формирование концепции проекта
- в) Документирование и анализ опыта выполнения данного проекта
- г) Организация и контроль выполнения проекта
- д) Ввод в эксплуатацию и принятие проекта заказчиком

Правильный ответ: а, г

2) Организация и осуществление контроля качества в проекте включает ...

- а) контроль качества в проекте
- б) процесс проверки соответствия имеющихся результатов контроля качества существующим требованиям
- в) формирование отчетов для оценки выполнения качества
- г) формирование списка отклонений
- д) определение необходимых корректирующих действий по обеспечению качества в проекте

Правильный ответ: а, в

3) Анализ деятельности и развитие команды проекта включает ...

- а) формирование отчетов об исполнении работ проекта
- б) расформирование команды
- в) разработку концепции управления персоналом
- г) реорганизацию команды в соответствии с прогрессом проекта
- д) регулирование оплаты, льгот и поощрений
- е) создание финального отчета

Правильный ответ: а, г, д

4) Система контроля будет эффективной при обязательном наличии ...

- а) программного обеспечения для контроля над выполнением работ
- б) планов работ
- в) внешнего независимого аудита
- г) системы отчетности
- д) электронного документооборота

е) отдела контроля в организационной структуре проектной команды
Правильный ответ: б, г.

Выбрать термин для которого дано определение: «владелец проекта и будущий потребитель его результатов»

- а) Инвестор проекта
 - б) Координационный совет
 - в) Куратор проекта
 - г) Команда проекта
 - д) Заказчик проекта
- Правильный ответ: д

2.3 Типовой вариант экзаменационного тестирования

Вариант 1

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3 з

1) Основными требованиями к модели хозяйственной деятельности являются:

- 1. отражение видов деятельности, приносящих максимальный доход
- 2. отражение наиболее существенных с точки зрения поставленной задачи видов деятельности
- 3. отражение видов деятельности, отвлекающих наибольший объем ресурсов
- 4. максимально подробное отражение всех видов деятельности
- 5. отражение видов деятельности, допускающих стандартизацию, массовое тиражирование

Правильный ответ: 1

2) Сбалансированная система показателей это:

- 1. система целей и способов их достижения
- 2. система стратегических показателей, характеризующих состояние компании на конец отчетного периода
- 3. система стратегических целей и метрик, характеризующих степень их достижения
- 4. система стратегических целей и условий их достижения

Правильный ответ: 2

3) Одним из основных элементов ABC управляемого временем является:

- 1. номенклатура потребляемых продуктами и клиентами ресурсов
- 2. стоимость потребляемых продуктами и клиентами ресурсов
- 3. интенсивность потребления ресурсов продуктами и клиентами
- 4. продолжительность потребления ресурсов продуктами и клиентами

Правильный ответ: 4

5) Операции в терминологии ABC это:

1. действия, осуществляемые ресурсами
2. этапы преобразования сырья
3. мероприятия компании в своем сегменте рынка
4. действия, связанные с переводом денежных средств

Правильный ответ: 1

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3 У

1) Совокупность всех объектов, изменение свойств которых влияет на системы, а также тех объектов, чьи свойства меняются в результате поведения системы, это:

- а) среда;
- б) подсистема;
- в) компоненты.

Правильный ответ: а

2) Простейшая, неделимая часть системы, определяемая в зависимости от цели построения и анализа системы:

- а) компонент;
- б) наблюдатель;
- в) элемент;
- г) атом.

Правильный ответ: в.

3) Компонент системы- это:

а) часть системы, обладающая свойствами системы и имеющая собственную подцель;

- б) предел членения системы с точки зрения аспекта рассмотрения;
- в) средство достижения цели;
- г) совокупность однородных элементов системы.

Правильный ответ: г.

4) Ограничение системы свободы элементов определяют понятием

- а) критерий;
- б) цель;
- в) связь;
- г) страта.

Правильный ответ: в.

5) Способность системы в отсутствии внешних воздействий сохранять своё состояние сколь угодно долго определяется понятием

- а) устойчивость;
- б) развитие;
- в) равновесие;
- г) поведение.

Правильный ответ: в.

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-1.3В

1) Преимущественно в этих районах размещается молочное скотоводство:

- а) центра европейской территории
- б) Нижнего Поволжья и юга Восточной Сибири
- в) степей Северного Кавказа и Урала

Правильный ответ: а

2) Что из представленного является ведущей отраслью растениеводства

России:

- а) кормопроизводство
- б) картофелеводство
- в) зерновое хозяйство

Правильный ответ: в

3) Каким образом определяется общий уровень интенсификации АПК:

- а) легкой промышленностью
- б) растениеводством
- в) производством сельскохозяйственных машин и оборудования

Правильный ответ: в

4) Предложение, определяющее АПК:

- а) растениеводство и животноводство России
- б) совокупность предприятий, принимающих участие в производстве, переработке и сбыте сельскохозяйственной продукции
- в) вид производственной деятельности предприятий, специализирующихся на сельском хозяйстве и переработке продукции

Правильный ответ: б.

5) Что относится к элементам микросреды маркетинга?

- а) Взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, б) также конкурентами
- в) Взаимоотношения предприятия с государством
- г) Взаимоотношения предприятия с налоговыми органами

Правильный ответ: а.

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-6.3з

1) Основная цель маркетинговых исследований

- а) Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений;
- б) Совершенствовать общее представление о маркетинге, как явлении и процессе
- в) Получить информацию о конкурентах

Правильный ответ: а

2) Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как объективность подразумевается ...

а) учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления

б) получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в) изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

г) объяснение изучаемых явлений на основе научных положений

Правильный ответ: а

3) Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара, называется ...

а) изучение рыночной конъюнктуры

б) изучение каналов распределения

в) изучение потребителей

г) тестирование новых товаров

Правильный ответ: в

4) Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как достоверность подразумевается ...

а) соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования

б) получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в) изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Правильный ответ: б

5) Аналитический процесс, включающий определение проблемы, сбор, обработку и анализ информации, а также выработку рекомендаций по решению проблемы, называется ...

а) формирование исследовательской панели

б) маркетинговые исследования

в) формирование гипотезы

г) выборочное исследование

Правильный ответ: б

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-6.3 у

1) Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования деятельности посредников, называется ...

а) изучение рыночной конъюнктуры

б) изучение каналов распределения

в) изучение потребителей

г) тестирование новых товаров

Правильный ответ: б

2) Вид маркетинговых исследований, к которому относятся мотивационные исследования, называется ...

Варианты ответа:

- а) изучение рыночной конъюнктуры
- б) изучение каналов распределения
- в) изучение потребителей
- г) тестирование новых товаров

Правильный ответ: в

3) Более емкое понятие, это ...

- а) Исследование рынка
- б) Исследование сбыта
- в) Маркетинговое исследование

Правильный ответ: в

4) Анализ степени согласия или несогласия потребителей с набором утверждений подобного рода:

- Мне нравится пробовать новые и разнообразные вещи.
- Я всегда стараюсь одеваться согласно тенденциям моды.
- Если мои дети больны, я бросаю все, чтобы заняться ими.
- Политика - это дело мужчин, а не женщин.
- Загрязнение окружающей среды – крупнейшая проблема нашей эпохи.
- Мы часто принимаем гостей.

а) лежит в основе исследования стиля жизни и социально-культурной сегментации

б) потребителей

в) позволяет исследовать потребительскую лояльность и отношение к маркам товаров

г) дает возможность исследовать степень потребительской удовлетворенности

Правильный ответ: а, б.

5) Если шанс единицы выборки быть включенными в выборку неизвестен, то выборка называется:

- а) вероятностной (случайной)
- б) репрезентативной (представительной)
- в) невероятностной (неслучайной)

Правильный ответ: а, б.

Тестовые задания для проверки компетенции ПК-6.3 в

1) Маркетинговое исследование можно разделить на столько основных этап(а)ов:

- а) 4

б) 6

в) 2

Правильный ответ: а.

2) Членами таких панелей выступают индивидуальные покупатели, семьи или домашние хозяйства:

а) традиционных

б) общедоступных

в) потребительских

Правильный ответ: в.

3) В процессе анализа исследователь выделяет основные значимые высказывания, полученные на группе, и переносит их в специальную ... таблицу:

а) адресную

б) кодировочную

в) абонентскую

Правильный ответ: б.

4) На Западе считается, что столько % работы исследователя в качественных маркетинговых исследованиях – это работа в непосредственном контакте с заказчиком:

а) 60

б) 50

в) 40

Правильный ответ: в.

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

а) расстояние

б) описание

в) порядок

Правильный ответ: а.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- контрольные работы;

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная ёмкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена (зачета).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 2.

Контрольная работа является частью обязательной самостоятельной работы и выполняется в установленные сроки. Преподаватель проверяет правильность выполнения контрольной работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические занятия, задание для самостоятельной работы.