



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСИ

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе практики)

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА – НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра менеджмента

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Таблица 1 – Планируемые результаты, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование практики	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способности ее совершенствования на основе самооценки; ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p>	<p>УК-6.2: Оценка требований рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; ОПК-2.3: Составляет план и осуществляет исследование реальной ситуации с применением изученных методов; ПК-5.2: Использует количественные и качественные методы проведения прикладных исследований изучаемого объекта и среды его функционирования, готовит аналитическое заключение с целью выявления проблем и разработки рекомендаций по совершенствованию.</p>	<p>Учебная практика - научно – исследовательская работа</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - требования рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; - современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач; - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; - составлять план и осуществлять статистические исследования реальной ситуации на основе изученных методов; - проводить самостоятельные исследования по теме работы. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - способами оценки требований рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; - навыками составления плана и осуществления статисти-

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование практики	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>Результаты обучения (владения, умения и знания), соответнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции</p> <p>стических исследований реальной ситуации на основе изученных методов;</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками проведения самостоятельных исследований по теме исследования на основе количественных и качественных методов. <p><i>Должен приобрести опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- оценки требований рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;- составления плана и осуществления статистических исследований реальной ситуации с применением изученных методов;- проведения исследований с использованием количественных и качественных методов по теме работы.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1 К оценочным средствам для промежуточной аттестации, проводимой в форме дифференцированного зачета (зачет с оценкой), относятся:

- отчет по практике;
- тестовые задания закрытого и открытого типов.

2.2 Критерии оценки результатов прохождения практики

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» 2) «зачтено», «не зачтено» 3) 100 – балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно- корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2 Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
3.Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
			релевантные задаче данные	ние новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые курсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Компетенция УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Индикатор УК-6.2: Оценка требований рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.

Тестовые задания открытой формы:

1. Для эффективной реализации образовательных услуг в области современного маркетинга между лектором и студентом должна существовать _____.
2. К факторам, которые следует учитывать при выборе образовательных услуг в сфере маркетинга, относят: _____
3. Вертикальное последовательное движение внутри компании по должностям «менеджер по маркетингу», «маркетинговый аналитик», «руководитель отдела маркетинга» будет являться для маркетолога _____.
4. Технологическое новшество, которое создало достойную альтернативу профессии копирайтера в современных рекламных компаниях и агентствах - это _____.

5. К источникам данных, которые могут быть полезны при оценке требований рынка труда в сфере современного маркетинга, относят:

6. Три важных навыка, необходимые для успешного маркетолога - это:

Тестовые задания закрытого типа:

1. Соотнесите понятия со следующими характеристиками:

1. анализ рынка труда	а) изучение требований работодателей и кандидатов на рынке труда
2. оценка образовательных услуг	б) повышение квалификации и развитие навыков для достижения карьерных целей
3. профессиональный рост	в) оценка качества и актуальности предлагаемых образовательных программ

2. Найдите соответствие между следующими понятиями и определениями:

1. требования рынка труда	а) знания и навыки, необходимые для успешного выполнения задач маркетолога
2. потребности студентов	б) ожидания и предпочтения студентов в отношении образовательных программ
3. компетенции маркетолога	в) требования, предъявляемые работодателями к маркетологам на рынке труда

3. Подберите наиболее подходящие характеристики к следующим понятиям:

1. траектория профессионального роста	а) планирование шагов и достижение карьерных целей в сфере маркетинга
2. анализ данных о рынке труда	б) изучение статистических данных и трендов на рынке труда в сфере маркетинга
3. оценка эффективности образовательных программ	в) оценка результатов и достижений образовательных программ в сфере маркетинга

4. Расположите следующие понятия в правильной логической последовательности для осуществления выбора образовательных программ в сфере маркетинга:

- а) исследование рынка и анализ конкурентов;
- б) определение ключевых навыков и знаний, необходимых в управлении маркетингом;
- в) оценка предлагаемых образовательных программ;
- г) анализ текущих и будущих трендов в маркетинге.

5. Расположите следующие понятия в правильной логической последовательности для выстраивания траектории собственного профессионального роста в области управления маркетингом:

- а) подбор наиболее подходящих образовательных курсов и программ;

- б) оценка собственных сильных и слабых сторон в плане профессиональных компетенций;
- в) запланированное обучение и саморазвитие;
- г) разработка плана повышения своей квалификации и установление точных сроков прохождения обучения.

б. Представьте следующие действия в правильной логической последовательности для оценки уровня собственной компетенции в области управления маркетингом:

- а) идентификация основных компетенций, необходимых востребованным профессионалам в области управления маркетингом;
- б) оценка собственных маркетинговых компетенций на предмет соответствия требованиям современного рынка труда;
- в) изучение современных тенденций и инноваций в маркетинге.

Компетенция ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

Индикатор ОПК-2.3: Составляет план и осуществляет исследования реальной ситуации с применением изученных методов.

Тестовые задания открытой формы:

1. Маркетинговые исследования необходимы для обоснования _____ .
2. К современным техникам и методикам обработки и анализа данных, которые могут быть использованы в управлении маркетингом, относят:

3. Сеть физических устройств, которые подключены к другим устройствам и службам через Интернет или другую сеть и обмениваются с ними данными – это _____.

Тестовые задания закрытого типа:

1. Соотнесите понятия со следующими характеристиками:

<ol style="list-style-type: none"> 1. интеллектуальная информационно-аналитическая система 2. сбор данных 3. обработка данных 	<ol style="list-style-type: none"> а) преобразование собранных данных с целью выявления закономерностей и получения полезной информации б) программное обеспечение, предназначенное для автоматизации сбора, обработки и анализа данных с использованием интеллектуальных алгоритмов и методов в) процесс получения информации из различных источников для последующей обработки и анализа
--	---

2. Найдите соответствие между задачами управления маркетингом на предприятии и методами их достижения:

1. разработка маркетинговых стратегий	а) качественные методы, глубинные интервью, фокус-группы, наблюдения
2. анализ рынка и потребительского поведения	б) метод критического пути, график Ганта
3. оптимизация маркетинговых процессов	в) матричные методы (BCG, матрица Ансоффа, матрица Портера)

3. Установите правильную логическую последовательность при разработке маркетинговых стратегий:

- а) применение интеллектуальной информационно-аналитической системы для анализа данных;
- б) планирование и реализация маркетинговых стратегий;
- в) сбор данных;
- г) промежуточный контроль.

Компетенция ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

Индикатор ПК-5.2: Использует количественные и качественные методы проведения прикладных исследований изучаемого объекта и среды его функционирования, готовит аналитическое заключение с целью выявления проблем и разработки рекомендаций по совершенствованию.

Тестовые задания открытой формы:

1. Множественное профильное исследование, состоящее из серии опросов, проводимых в определенные временные промежутки, носит название _____.
2. Системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование относятся к группе методов _____.

Тестовые задания закрытого типа:

1. Найдите соответствие между маркетинговыми понятиями и характеристиками:

1. количественные методы исследований	а) готовится с целью выявления проблем и разработки рекомендаций
2. качественные методы исследований	б) используются для сбора и анализа числовых данных
3. прикладные маркетинговые исследования	в) используются для изучения объекта и среды его функционирования
4. аналитическое заключение	г) используются для получения глубинных знаний

2. Установите правильную логическую последовательность в этапах комплексного маркетингового исследования:

- а) постановка задачи;
- б) подготовка и анализ данных;
- в) разработка подхода к решению задачи;
- г) разработка плана исследования;
- д) полевые исследования.

4 ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ, КУРСОВУЮ РАБОТУ/ КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Данный вид контроля по учебной практике – научно – исследовательской работе не предусмотрен учебным планом.

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по учебной практике – научно – исследовательской работе представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль программы «Управление маркетингом»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 5 апреля 2022 г.).

Фонд оценочных средств актуализирован. Изменения, дополнения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 18.04.2023 г.).

Заведующий кафедрой


В. В. Дорофеева