

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИС: Комарова Светлана Юриевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 09.09.2024 11:46:32

Уникальный программный ключ:

43ba42f5deae4116bbfcb9ac98e39108031227e81add207cbe4149f2098d7a

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина»
Агротехнологический факультет**

ОПОП по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Б1.В.02. Маркетинговый анализ отраслевых рынков

**Направленность (профиль) «Технология продуктов питания из растительного
сырья специального назначения»**

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра -	Менеджмента и маркетинга
Разработчик, канд. с.-х. наук	Е.В. Фалалеева

ВВЕДЕНИЕ

1. Фонд оценочных средств по дисциплине является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины.

2. Фонд оценочных средств является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины.

3. При помощи ФОС осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине включает в себя: оценочные средства, применяемые для входного контроля; оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС; оценочные средства, применяемые для текущего контроля и оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины.

5. Разработчиками фонда оценочных средств по дисциплине являются преподаватели кафедры менеджмента и маркетинга, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины в университете. Содержательной основой для разработки ФОС послужила Рабочая программа дисциплины.

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ

учебной дисциплины, персональный уровень достижения которых проверяется с использованием представленных в п. 3 оценочных средств

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1	2	3	4	5	6
Профессиональные компетенции					
ПК-1	Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1} Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области производства продукции из растительного сырья	основы маркетингового анализа отраслевых рынков	применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов

**ЧАСТЬ 2. ОБЩАЯ СХЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ХОДА И РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общие критерии оценки и реестр применяемых оценочных средств

**2.1 Обзорная ведомость-матрица оценивания хода и результатов изучения учебной
дисциплины в рамках педагогического контроля**

Категория контроля и оценки		Режим контрольно-оценочных мероприятий				
		само-оценка	взаимо-оценка	Оценка со стороны		Комиссионная оценка
				преподавателя	представителя производства	
		1	2	3	4	5
Входной контроль	1			тестирование		
Индивидуализация выполнения*, контроль фиксированных видов ВАРС:	2					
- Реферат	2.1	темы реферата				
- Контрольная работа	2.2	темы контрольной работы				
Текущий контроль:	3					
- Самостоятельное изучение тем				опрос		
- в рамках обще-университетской системы контроля успеваемости	3.2					
Промежуточная аттестация* обучающихся по итогам изучения дисциплины	4			Тестирование зачет		

* данным знаком помечены индивидуализируемые виды учебной работы

2.2 Общие критерии оценки хода и результатов изучения учебной дисциплины

1. Формальный критерий получения обучающимися положительной оценки по итогам изучения дисциплины:	
1.1 Предусмотренная программа изучения дисциплины обучающимся выполнена полностью до начала процесса промежуточной аттестации	1.2 По каждой из предусмотренных программой видов работ по дисциплине обучающийся успешно отчитался перед преподавателем, демонстрируя при этом должный (не ниже минимально приемлемого) уровень сформированности элементов компетенций
2. Группы неформальных критериев качественной оценки работы обучающегося в рамках изучения дисциплины:	
2.1 Критерии оценки качества хода процесса изучения обучающимся программы дисциплины (текущей успеваемости)	2.2. Критерии оценки качества выполнения конкретных видов ВАРС
2.3 Критерии оценки качественного уровня итоговых результатов изучения дисциплины	2.4. Критерии аттестационной оценки качественного уровня результатов изучения дисциплины

2.3 РЕЕСТР
элементов фонда оценочных средств по учебной дисциплине

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для входного контроля	Тестовые вопросы для проведения входного контроля
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы входного контроля
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС	Перечень тем для написания реферата (контрольной работы)
	Критерии оценки выполнения реферата (контрольной работы)
3. Средства для текущего контроля	Вопросы для самостоятельного изучения темы
	Общий алгоритм самостоятельного изучения темы
	Критерии оценки самостоятельного изучения темы
4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Тестовые вопросы для проведения итогового тестирования
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы

2.4 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций			Формы и средства контроля формирования компетенций	
				компетенция не сформирована	минимальный	средний		высокий
				Оценки сформированности компетенций				
				Не зачтено	Зачтено			
				Характеристика сформированности компетенции				
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.				
Критерии оценивания								
ПК-1 Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1}	Полнота знаний	Знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Не знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Слабо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; Хорошо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; В совершенстве знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков.	Тест, опрос, реферат, контрольная работа		
		Наличие умений	Умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Недостаточно умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Слабо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			

ЧАСТЬ 3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Часть 3.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

3.1.1 . Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА рефератов

1. Понятие и особенности бенчмаркинга в России и за рубежом;
2. Оценка эффективности рекламного воздействия на потребителя;
3. Инструменты и методы маркетинговых исследований;
4. Значение маркетинговых исследований для деятельности предприятия;
5. Международные маркетинговые исследования;
6. Брэнд: сущность и значение;
7. Методы изучения деятельности фирм-конкурентов;
8. Информационные маркетинговые системы;
9. Организация маркетинговых исследований в пищевой промышленности;
10. Особенности проведения маркетингового анализа.

Этапы работы над рефератом

Выбор темы. Очень важно правильно выбрать тему. Выбор темы не должен носить формальный характер, а иметь практическое и теоретическое обоснование.

Автор реферата должен осознанно выбрать тему с учетом его познавательных интересов или он может увязать ее с темой будущей магистерской работы. В этом случае магистранту предоставляется право самостоятельного (с согласия преподавателя) выбора темы реферата из списка тем, рекомендованных кафедрой по данной дисциплине (см. выше). При этом весьма полезными могут оказаться советы и обсуждение темы с преподавателем, который может оказать помощь в правильном выборе темы и постановке задач.

Если интересующая тема отсутствует в рекомендательном списке, то по согласованию с преподавателем обучающемуся предоставляется право самостоятельно предложить тему реферата, раскрывающую содержание изучаемой дисциплины. Тема не должна быть слишком общей и глобальной, так как небольшой объем работы (от 25 страниц) не позволит раскрыть ее.

При выборе темы необходимо учитывать полноту ее освещения в имеющейся научной литературе. Для этого можно воспользоваться тематическими каталогами библиотек и библиографическими указателями литературы, периодическими изданиями и ежемесячными указателями психолого - педагогической литературы, либо справочно-библиографическими ссылками изданий посвященных данной теме.

После выбора темы составляется список изданной по теме (проблеме) литературы, опубликованных статей, необходимых справочных источников.

Знакомство с любой научной проблематикой следует начинать с освоения имеющейся основной научной литературы. При этом следует сразу же составлять библиографические выходные данные (автор, название, место и год издания, издательство, страницы) используемых источников. Названия работ иностранных авторов приводятся только на языке оригинала.

Начинать знакомство с избранной темой лучше всего с чтения обобщающих работ по данной проблеме, постепенно переходя к узкоспециальной литературе.

На основе анализа прочитанного и просмотренного материала по данной теме следует составить тезисы по основным смысловым блокам, с пометками, собственными суждениями и оценками. Предварительно подобранный в литературных источниках материал может превышать необходимый объем реферата, но его можно использовать для составления плана реферата.

Составление плана. Автор по предварительному согласованию с преподавателем может самостоятельно составить план реферата, с учетом замысла работы, либо взять за основу рекомендуемый план, приведенный в данных методических указаниях по соответствующей теме. Правильно построенный план помогает систематизировать материал и обеспечить последовательность его изложения.

Наиболее традиционной является следующая структура реферата:

Титульный лист.

Оглавление (план, содержание).

Введение.

Глава 1 (полное наименование главы).

1.1. (полное название параграфа, пункта);

1.2. (полное название параграфа, пункта).

Глава 2 (полное наименование главы).

2.1. (полное название параграфа, пункта);

2.2. (полное название параграфа, пункта).

Заключение (или выводы).

Список использованной литературы.

Приложения (по усмотрению автора).

Основная часть

Титульный лист заполняется по единой форме (Приложение 1).

Оглавление (план, содержание) включает названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

Введение. В этой части реферата обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели работы и основные вопросы, которые предполагается раскрыть в реферате, указываются используемые материалы и дается их краткая характеристика с точки зрения полноты освещения избранной темы. Объем введения не должен превышать 1-1,5 страницы.

Основная часть реферата может быть представлена одной или несколькими главами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, раздела).

Здесь достаточно полно и логично излагаются главные положения в используемых источниках, раскрываются все пункты плана с сохранением связи между ними и последовательности перехода от одного к другому.

Автор должен следить за тем, чтобы изложение материала точно соответствовало цели и названию главы (параграфа). Материал в реферате рекомендуется излагать своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. В тексте обязательны ссылки на первоисточники, т.е. на тех авторов, у которых взят данный материал в виде мысли, идеи, вывода, числовых данных, таблиц, графиков, иллюстраций и пр.

Работа должна быть написана грамотным литературным языком. Сокращение слов в тексте не допускается, кроме общеизвестных сокращений и аббревиатуры. Каждый раздел рекомендуется заканчивать кратким выводом.

Заключение (выводы). В этой части обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы, указывается, что нового лично для себя вынес автор реферата из работы над ним. Выводы делаются с учетом опубликованных в литературе различных точек зрения по проблеме рассматриваемой в реферате, сопоставления их и личного мнения автора реферата. Заключение по объему не должно превышать 1,5-2 страниц.

Приложения могут включать графики, таблицы, расчеты. Они должны иметь внутреннюю (собственную) нумерацию страниц.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Процедура оценивания

При аттестации магистранта по итогам его работы над рефератом, руководителем используются критерии оценки качества **процесса подготовки реферата**, критерии оценки **содержания реферата**, критерии оценки **оформления реферата**, критерии оценки **участия обучающегося в контрольно-оценочном мероприятии**.

1. **Критерии оценки содержания реферата:** степень раскрытия темы; самостоятельность и качество анализа теоретических положений; глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования; качество анализа объекта и предмета исследования; проработка литературы при написании реферата.

2. **Критерии оценки оформления реферата:** логика и стиль изложения; структура и содержание введения и заключения; объем и качество выполнения иллюстративного материала; качество ссылок и списка литературы; общий уровень грамотности изложения.

3. **Критерии оценки качества подготовки реферата:** способность работать самостоятельно; способность творчески и инициативно решать задачи; способность рационально планировать этапы и время выполнения реферата, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении реферата, находить оптимальные способы их решения; дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки реферата; способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов исследований, демонстрация широты кругозора;

4. Критерии оценки участия бакалавра в контрольно-оценочном мероприятии: способность и умение публичного выступления с докладом; способность грамотно отвечать на вопросы;

7.1.1. Шкала и критерии оценивания

– оценка «зачтено» по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность, наглядность представления, полные ответы на вопросы;

– оценка «не зачтено» по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Оценка по реферату расписывается преподавателем в оценочном листе. (Приложение 2)

Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

Контрольная работа предусматривает: изложение информации по одной из тем в электронной форме (виде презентации)

Тематика контрольных работ

Тема: Содержание и направления маркетинговых исследований
1. Сущность маркетинговых исследований
2. Виды маркетинговых исследований
3. Принципы проведения маркетинговых исследований
Тема: Маркетинговая информация
1. Классификация маркетинговой информации
2. Принципы сбора маркетинговой информации
Тема: Методы сбора первичной маркетинговой информации
1. Опрос как метод сбора первичной информации
2. Порядок разработки анкеты
3. Экспертный метод в маркетинговых исследованиях
Тема: Процесс маркетинговых исследований
1. Общая характеристика маркетинговых исследований
2. Разработка концепции исследования
3. Отбор источников информации
Тема: Обработка и анализ маркетинговой информации
1. Подготовка данных для маркетинговой информации
2. Типы шкал, сводки и группировки данных в маркетинговых исследованиях
3. Ряды распределения и табулирование маркетинговых данных
4. Анализ и обработка экспертных оценок
5. Методы корреляционного и регрессионного анализа в маркетинговых исследованиях
Тема: Отчет о маркетинговых исследованиях
1. Назначение маркетингового отчета
2. Структура письменного отчета
3. Презентация и графическое представление отчета
Тема: Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия
1. Анализ микросреды предприятия
2. Анализ макросреды предприятия
3. Исследование аутосреды предприятия
Тема: Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка
1. Структура агропродовольственного рынка
2. Порядок оценки конъюнктуры агропродовольственного рынка
Тема: Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров
1. Основы маркетинговых исследований потребителей
2. Факторы, оказывающие влияние на выбор потребителями продукции
Тема: Маркетинговые исследования конкурентов
1. Конкурентная среда сельскохозяйственного предприятия
2. Элементы анализа конкурентов
3. Построение конкурентной карты рынка
4. Бенчмаркетинг
1. Исследование рекламы
2. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта

Шкала и критерии оценивания

– оценка «зачтено» присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность презентации;

присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов;

присваивается за неполное раскрытие темы, не соответствии критериям оформления, затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «не зачтено» присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

3.1.2. ВОПРОСЫ для проведения входного контроля

1. Дайте определение понятия «Рынок предприятия».
2. Дайте определение понятия «спрос» и его графическую интерпретацию.
3. Дайте определение понятия «предложение» и его графическую интерпретацию.
4. Дайте определение понятия «цена рыночного равновесия».
5. Дайте определение понятия «издержки производства».
6. Дайте определение понятия «себестоимость продукции» и методы ее определения.
7. Дайте определение понятия «глобализация экономики»
8. Внутренняя среда организации.
9. Внешняя среда организации.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ответов на вопросы входного контроля

Оценка «зачтено» - обучающийся правильно, аргументировано ответил на все вопросы задаваемые преподавателем, если необходимо, то привел примеры / В ответах магистранта были несущественные недочеты / Обучающийся изначально затруднился ответить на вопрос, но при получении от преподавателя «наводящего» вопроса дал приемлемый ответ

Оценка «не зачтено» - обучающийся не ответил на вопросы, задаваемые преподавателем / Обучающийся ответил на вопросы не по существу (дал неправильный ответ)

3.1.3 Средства для текущего контроля

ВОПРОСЫ для самостоятельного изучения тем

Номер раздела дисциплины	Тема в составе раздела / вопрос в составе темы раздела, вынесенные на самостоятельное изучение	Расчетная трудоемкость, час.	Форма текущего контроля по теме
1	2	3	4
Очное обучение			
1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	2	опрос
	1.2 Маркетинговая информация	2	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	2	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	2	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	2	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	2	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	2	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	2	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	2	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	2	опрос
Заочное обучение			

1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	4	опрос
	1.2 Маркетинговая информация	4	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	4	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	8	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	8	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	8	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	8	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	8	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	8	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	8	опрос
	3.5 Исследования маркетинговых коммуникаций	8	опрос

ОБЩИЙ АЛГОРИТМ самостоятельного изучения темы

1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
2) На этой основе составить развёрнутый план изложения темы
3) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы (опрос)
4) Принять участие в указанном мероприятии

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ самостоятельного изучения темы

Оценку «отлично» получает студент, который дает логичный, грамотный ответ. Студенту необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала, быстро ориентироваться, отвечая на дополнительные вопросы. Оценку «хорошо» заслуживает студент, твердо знающий материал занятия, грамотно и по существу отвечает на вопросы. Не допускает существенных неточностей при ответах на вопросы. Оценку «удовлетворительно» получает студент, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает затруднения при решении практических задач. В ответах на поставленные вопросы студентом допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки, нарушена последовательность в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» говорит о том, что студент не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах.

3.1.4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

1. Если наличие заменителей уменьшает ценность товара, то комплементарные товары способствуют его ценности
 - а) снижению
 - б) возрастанию
 - в) изменению

2. А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф внесли в модель анализа конкурентов шестой элемент -
 - а) новые товары
 - б) потенциальные конкуренты
 - в) новые потребители
 - г) комплементарные товары

3. Р. Д'Авени трактует «гиперконкуренцию» как отраслевую среду, для которой характерны
 - а) интенсивные и быстрые действия конкурентов

- б) наличие сильных конкурентов
- в) нестандартные действия конкурентов
- г) большое количество конкурентов

4. Одним из самых больших преимуществ «теории игр» является то, что
- а) отношения между фирмами рассматриваются как исключительно конкурентные по своей природе
 - б) деловые отношения рассматриваются как некий компромисс между конкуренцией и кооперацией
 - в) конкуренция и сотрудничество рассматриваются как простая противоположность

Выберите не менее двух правильных ответов

5. Вклад «теории игр» в стратегический анализ можно оценить следующими аспектами:
- а) указывает на стратегии, способные улучшить структуру и результат игры
 - б) позволяет структурировать стратегические решения
 - в) позволяет понять ситуации, связанные с конкуренцией и заключением торговых сделок, благодаря чему можно прогнозировать исход конкурентных ситуаций и последовательность стратегических шагов любого игрока.
 - г) конкуренция приносит игрокам худшие результаты, чем могло бы принести сотрудничество

6. К «отраслям Шумпетера» относятся:
- а) динамично развивающиеся отрасли
 - б) отрасли с инновационными и совершенствующимися товарами
 - в) отрасли на завершающем этапе жизненного цикла
 - г) промышленность

7. В «теории игр» конкурентная ситуация описывается с точки зрения
- а) экономической ситуации в стране
 - б) последовательности действий конкурентов
 - в) уточнения выигрыша в каждой комбинации вариантов
 - г) идентификации игроков

8. Модель пяти сил конкуренции М. Портера включает:
- а) товары-заменители
 - б) уровень жизни населения
 - в) сила поставщиков
 - г) состояние экономики страны, региона

9. Сбор данных о конкурентах преследует цели:
- а) анализ изменений окружающей среды и их прогнозирование
 - б) прогнозирование вероятных реакций конкурентов на стратегические инициативы фирмы
 - в) прогнозирование будущих стратегий и решений конкурентов
 - г) формирование базы данных о конкурентах

Дополните выражение

10. Передача конкурентам или покупателям информации, предназначенной для того, чтобы повлиять на их восприятие – это

11. Чтобы предсказать поведение конкурента, необходимо ответить на вопрос:

12. Процесс декомпозиции отрасли на отдельные рынки называют ...

13. Метод, позволяющий анализировать вертикальную структуру прибыльности носит название....

14. Группа фирм одной отрасли, придерживающаяся одинаковых или сходных по каким-либо критериям стратегий – это ...

15. Менее полезен анализ стратегических групп в качестве инструмента для анализа....

16. *Установите последовательность* анализа рыночной сегментации
- а. Выбор широты охвата рыночных сегментов
 - б. Построение матрицы сегментации
 - в. Определение ключевых факторов успеха в рыночном сегменте

- г. Определение основных переменных сегментации
- д. Анализ привлекательности рыночного сегмента

17. Установите последовательность построения карт объединения прибылей по методике консалтинговой фирмы Vain&Company

- а. Оценка общего размера объединения
- б. Проверка вычислений
- в. Измерение прибыли для каждого вида деятельности в цепочке создания ценности в данном пуле
- г. Определение границ объединения

18. Определить соответствие этапов анализа рыночной сегментации их содержанию

1. Определение основных переменных сегментации	а) <i>Анализируя критерии, которыми руководствуются покупатели при покупке, и причины конкуренции внутри отдельного рыночного сегмента, определяются ключевые факторы успеха.</i>
2. Построение матрицы сегментации	б) <i>Если ключевые факторы успеха различаются, то фирме необходимо прибегнуть к стратегиям, отличным от других фирм, и она должна решить, желает ли она специализироваться в своем сегменте или конкурировать в рамках нескольких сегментов</i>
3. Анализ привлекательности рыночного сегмента	в) <i>Решение о сегментации основывается на выборе клиентов и предлагаемых им товаров и услуг, характеристики которых наиболее отчетливо делят рынок как среди покупателей — субституция со стороны спроса, так и производителей — субституция со стороны предложения.</i>
4. Определение ключевых факторов успеха в рыночном сегменте	г) <i>Прибыльность рыночного сегмента определяется теми же структурными силами, что и прибыльность отрасли в целом. Если будет понятно, какие факторы определяли прибыльность сегмента в прошлом, можно прогнозировать прибыльность этого рынка в будущем.</i>
5. Выбор широты охвата рыночных сегментов	д) <i>Как только выбраны переменные для сегментации и выделены отдельные категории для каждой из них, переходят к определению индивидуальных сегментов, с помощью двумерной или трехмерной матрицы.</i>

19. Определить соответствие этапов построения карт объединения прибылей их содержанию

1. Определение границ объединения	а) <i>Сравнение агрегированной прибыли по каждому виду деятельности с совокупной прибылью всей отрасли.</i>
2. Оценка общего размера объединения	б) <i>Получение данных о фирмах, специализирующихся на одном виде деятельности в цепочке создания ценности, и выделение отдельно фирм, осуществляющих несколько видов деятельности.</i>
3. Измерение прибыли для каждого вида деятельности в цепочке создания ценности в данном пуле.	в) <i>Размер совокупной отраслевой прибыли оценивается по отраслевым финансовым отчетам или по средней прибыли, полученной выборкой компаний.</i>
4. Проверка вычислений	г) <i>Определение диапазона видов деятельности, увеличивающих стоимость в секторе бизнеса</i>

20. Установите последовательность прогнозирования вероятного поведения конкурента по объектам:

- а. Предпосылки
- б. Стратегия
- в. Прогноз
- г. Цели
- д. Ресурсы и способности

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

- ответов на тестовые вопросы тестирования по итогам освоения дисциплины
- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 81% правильных ответов.
- оценка «хорошо» - получено от 71 до 80% правильных ответов.
- оценка «удовлетворительно» - получено от 61 до 70% правильных ответов.
- оценка «неудовлетворительно» - получено менее 61% правильных ответов.

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ»	
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл заключительное тестирование; 3) подготовил полнокомплектное учебное портфолио.
Процедура получения зачёта -	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ
Фонд оценочных средств учебной дисциплины Б1.В.02 Маркетинговый анализ отраслевых рынков
в составе ОПОП 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья

1). Рассмотрен и одобрен в качестве базового варианта:
а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры менеджмента и маркетинга; протокол № <u>120</u> от <u>20.05.2021</u> Зав. кафедрой, канд. экон. наук, доцент <u></u> Е.А. Асташова
б) На заседании методической комиссии по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья; протокол № 11 от 24.05.2021 Председатель МКН – 19.04.02, канд. биол. наук, доцент <u></u> О.Н. Лазарева
2) Рассмотрен и одобрен внешним экспертом
Управляющий производственными площадками ООО «Сладуница» г. Омск <u></u> Л.Б. Иванюк

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к фонду оценочных средств учебной дисциплины
в составе ОПОП 19.04.02

Ведомость изменений

Срок, с которого вводится изменение	Номер и основное содержание изменения и/или дополнения	Отметка об утверждении/согласовании изменений	
		инициатор изменения	руководитель ОПОП или председатель МКН