



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ
Директор Школы
экономики и менеджмента
Е.Б. Гаффорова



«21» января 2021 г.

СБОРНИК ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по образовательной программе
направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
образовательная программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Содержание

1. ФОС по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»
2. ФОС по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»
3. ФОС по дисциплине «Критическое и проектное мышление»
4. ФОС по дисциплине «Теория менеджмента»
5. ФОС по дисциплине «Управленческая экономика»
6. ФОС по дисциплине «Бизнес-исследования»
7. ФОС по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»
8. ФОС по дисциплине «Предпринимательство»
9. ФОС по дисциплине «Практический маркетинг»
10. ФОС по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера»
11. ФОС по дисциплине «Стратегический менеджмент»
12. ФОС по дисциплине «Операционный менеджмент»
13. ФОС по дисциплине «Корпоративные финансы»
14. ФОС по дисциплине «Управление изменениями»
15. ФОС по дисциплине «Поведение потребителей и нейромаркетинг»
16. ФОС по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»
17. ФОС по дисциплине «Маркетинговое управление»
18. ФОС по дисциплине «Бренд-менеджмент»
19. ФОС по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»
20. ФОС по дисциплине «Финансовое моделирование»



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»
Skills for Study in Economics and Management
(Академические навыки в области экономики и менеджмента)
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(Управление бизнесом)
Форма подготовки очная

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация».....	6
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»....	12
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»	16
Приложение 1 (справочное).....	17

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Название дисциплины»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Attending a conference	УК-5.1 УК-5.2	Знает умеет владеет навыками	ПЗ 1-2, собеседование (УО-1)	Отсутствует нулевой рейтинг –
2	An international conference at your university	УК-5.1 УК-5.2	знает	Деловые игры (ПР-10), Доклады / сообщения (УО-3), обсуждение писем (ПР-3)	Отсутствует нулевой рейтинг –
			умеет владеет навыками	Деловые игры (ПР-10), Доклады / сообщения (УО-3), обсуждение писем (ПР-3)	Отсутствует нулевой рейтинг –

3.	Developing presentation skills	УК-4.1 УК-4.2	знает	Дискуссия (УО-4), Деловые игры (ПР-10), Презентации (ПЗ-9), обсуждения подготовленных выступлений	Отсутствует нулевой рейтинг	–
			умеет владеет навыками			
4	Academic publications	ОПК-5.1	умеет	Дискуссия (УО-4), Деловые игры (ПР-10), Презентации (ПЗ-9), обсуждения подготовленных выступлений	Отсутствует нулевой рейтинг	–
			знает	Дискуссия (УО-4), составление научной статьи, обсуждение статей (ПР-3)	Отсутствует нулевой рейтинг	–
			умеет владеет навыками	Дискуссия (УО-4), составление научной статьи, обсуждение статей (ПР-3)	Отсутствует нулевой рейтинг	–

5.	Grants	ОПК-5.1	знает	Доклад/сообщение (УО-1), дискуссия (УО-4), деловая игра (ПР-10)	Отсутствует нулевой рейтинг –
			умеет владеет навыками	Доклад/сообщение (УО-1), дискуссия (УО-4), деловая игра (ПР-10)	Отсутствует нулевой рейтинг –
	Зачет / экзамен			-	Т

Обозначения:

Большой буквой обозначен вид контролируемого задания УО- устный опрос, ПР – практическая работа, ПЗ – практическое задание, Т - тест

II. Текущая аттестация по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для устного ответа (собеседования, колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, дискуссии):

- 1 What type of conferences do you know?
- 2 What do you send to conference when you want to take part in it?
- 3 What is not included in the structure of scientific conference?
- 4 What kind of scientific conferences can there be?
- 5 What are the main presentation skills?
- 6 What is the best way of starting a presentation?
- 7 What are the criteria of a good presentation?
- 8 What is the right structure of a scientific article?
- 9 What to do if you are seeking funding for research in a particular area?
- 10 What are the resources for possible research funding?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; ответы на дополнительные вопросы четкие, лаконичные	100 - 86
базовый	Студент дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи; рассказ недостаточно логичен с единичными	85-76

	ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя; ответы на дополнительные вопросы правильные, но недостаточно полные и четкие	
пороговый	Ответ неполный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции; допущены ошибки в раскрываемых понятиях; студент не может ответить на некоторую часть дополнительных вопросов	75-61
уровень не достигнут	Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, речь неграмотная; ответы на дополнительные вопросы неправильные	60-0

2. Примерные темы сообщений

1. Tell about your experience of participating in various conference events.

What presentation formats have you experience of using? Were you happy with the outcomes? Why? / Why not? How did you prepare? What happened on the actual day of the event? What lessons have you learned?

2. Prepare a short presentation about a topic you are interested in (e.g. your department, institution, research, a publication). Prepare no more than five slides for it.

3. Find (e.g. on YouTube) a presentation on a topic of interest to you and listen to it. Note down the main ideas. Prepare a summary of the presentation and present it to the class.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; умением объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, отличающийся неглубоким раскрытием темы; несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.	60-0

3. Примерные темы творческого задания, группового задания

Цель(и): закрепление изученного материала в устной речи речи

Тема 1 Conferences

Требования к защите творческого задания, группового задания

Work in pairs. Produce a complete call for papers for the conference you have decided previously.

Follow the steps below.

- 1 If appropriate, start a blog (see www.blogger.com) or use any other way of electronic communication to discuss your document.
- 2 Use the example in the book.
- 3 Send your document to your colleagues for peer evaluation.
- 4 Evaluate your colleagues' calls for papers. Use the checklist below:
 - a The aim and the theme are clear.
 - b Potential contributors can understand what they can submit, when and how to do it.
 - c Information about presentation formats is provided,
 - d It is clear who can be contacted if the participant has further questions.
- 5 If necessary, improve your document following the feedback you have received.
- 6 Submit your document to your teacher for assessment and feedback.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной работы по теме. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов задачи. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Допущено три или более	60-0

	трех ошибок смыслового содержание раскрываемой проблемы	
--	---	--

4. Деловая (ролевая) игра

1. Тема (проблема) Planning a conference

2. Концепция игры

Work in groups of five or six. Your university is going to host an international conference on using technology for teaching undergraduate courses. Hold a planning meeting. Follow the steps below.

1 Appoint a chairperson. Assign questions from the agenda to other members of the group.

2 Spend five minutes preparing for the meeting. Follow the instructions below. Use the language you learned.

Chairperson: Think about what you are going to say when opening the meeting. Learn the phrases you might need during the discussion. Be ready to sum up at the end what you have all agreed.

Participants: Prepare your suggestions. Be ready to respond to your colleagues' suggestions.

Use the phrases you learned.

3 Discuss each item on the agenda.

4 Listen to the chairperson summarising what has been agreed. If you disagree, politely offer your opinion.

3. Роли: chairperson, participants

4. Ожидаемый результат : отработка навыков устной иноязычной речи в заданных ситуациях делового общения с использованием активного лексического материала.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76

пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта структура и тема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)

Примерные вопросы теста:

Part I. Choose the correct word to complete the sentence:

- Submission of a _____ implies that the work described has not been published before.
publication
journal
manuscript
presentation
- Journal of Economic Growth requires a submission _____ of \$100.
fee
registration
payment
charge
- Cite _____ in the text by name and year in brackets.
periodicals
footnotes
abstracts
references

Part II. Choose the correct presentation format

1. The authors orally present the findings of the prepared paper or project. This presentation format typically allows 4-5 presentations of 15-20 minutes each, including time for questions. Ideally, the chair allocates time for questions and opens discussion following the presentations.
2. This presentation is held as a usually brief intensive educational program for a relatively small group of people that focuses especially on techniques and skills in a particular field.
3. This is the presentation of research information in the particular form so that conference participants could view it.
4. This is a form of academic discussion where participants agree on a specific topic to discuss and debate.
5. This is a live or virtual discussion on a specific topic amongst a selected group of people who share differing perspectives in front of a large audience.
6. This is a session of a conference which all participants are to attend.

a) Plenary session; b) Panel discussion; c) Workshop; d) Poster presentation; e) Paper presentation; f) Round-table discussion

Part III. Which section of an article is the following sentence taken from?

1 This paper aims to examine determinants of publication activity among doctorate holders employed in the academic sector in Russia.

A abstract B literature review C methods D results

2 The total sample numbers 3,451 people, i.e. roughly 1% of all doctorate holders in Russia.

A abstract B literature review C methods D results

3 This study has established that roughly 71% of respondents are primarily employed at a research organization, 21% are employed by two research organizations, 4% enjoy a position at a research organization only as their secondary employment and the remaining 4% hold jobs at three research organizations.

A abstract B introduction C methods D results

Part IV.

Read the argument. Match the sentences with their functions.

1) Corporate Social Responsibility (CSR) can generate a positive reputation for a company leading to possibly more sales and growth. 2) According to Jones et al (2019), a corporation that invests in the environmental and ethical approaches of CSR will demonstrate to the public and the media that they are a responsible company. 3) Watson (2018) provides evidence that this improves

consumer sales as customers tend to support ethical green business practice thus improving profitability and encouraging growth. 4) For example, a yoghurt company called Yeo Valley has been investing in making its products organic, creating fully recyclable packaging and reducing its CO2 output. As a result, profits have doubled within the last two years providing the company with a range of opportunities to expand (Peterson, 2019). 5) Overall, the evidence seems to suggest that investing in CSR can improve brand image and productivity

A Reason 1

B Thesis

C Conclusion

D Reason 2

F Example

Ключи (ответы) к тестам:

Part II: 1e, 2 c, 3d, 4f, 5b, 6a

Part III: 1a, 2c, 3d

Part IV: 1b, 2a, 3d, 4f, 5c

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении	75-61

	программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(Управление бизнесом)
Форма подготовки очная

Владивосток
2022

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация».....	5
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»....	13
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»	15
Приложение 1 (справочное).....	16

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема № 1 Креативность, искусственный интеллект и наука	УК 4.1	знает	УО-1 УО-2	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.2	умеет	ПР-2	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 2 Мультимедиа и проблемы коммуникации в современном мире	ОПК 2.1	знает	УО-1 УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
		ОПК 2.1	умеет владеет навыками	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 3 Социальные медиа и межличностное взаимодействие	УК 5.2	знает	УО-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
			Умеет Владеет навыками	ПР-1	
		ОПК 2.1	знает	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
			умеет		
	Тема № 4 Научная коммуникация и экспертиза	УК 4.2	знает	УО-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
		ОПК 2.1	умеет	УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг

Тема №5 Междисциплинарность и сложные структуры	УК 4.1	знает	УО-1 УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
	УК 5.1	Умеет Владеет навыками	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
Тема №6 Программирование и работа с данными в научной и профессиональной коммуникации	ОПК 2.1	знает	УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
	ОПК 2.1	умеет	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
Тема № 7 Графика и виртуальная реальность	ОПК 2.1	Умеет Владеет навыками	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
	УК 5.2	умеет	УО-3	Отсутствует – нулевой рейтинг
Тема № 8 Технологии, организация, коммуникация	УК 4.1	Умеет Владеет навыками	УО-3	Отсутствует – нулевой рейтинг
	ОПК 2.1	Умеет Владеет наывками	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
Зачет			-	ПР-2

Обозначения: УО-1 собеседование, УО-2 коллоквиум, УО- 3 доклад / сообщение, УО-4 круглый стол; ПР-1 презентация, ПР-2 портфолио, ПР-3 деловая / ролевая игра, ПР-4 творческое задание

II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты портфолио) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для устного ответа (собеседования, колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, дискуссии):

1. Каковы характеристики коммуникации?
2. При каких условиях происходит коммуникация?
3. В чем разница между вербальной и невербальной коммуникацией?
4. Что характеризует эффективную коммуникацию?
5. В чем разница между коммуникацией вживую и онлайн? В чем плюсы и минусы каждого из данных видов коммуникации.
6. Как изменилась коммуникация в период пандемии? Что означает «быть все время онлайн?»
7. Как изменилось образование?
8. Верно ли, что «образование готовит меня к жизни в реальном мире»?
9. Каково будущее отношений между людьми и машинами? Когда машины научатся делать многое, что останется делать людям?
10. Могут ли машины быть творческими? Могут ли они быть оригинальными?
11. Что о вас знают корпорации, владеющие социальными сетями? Откуда они это знают?
12. Как наша социальная жизнь в Интернете соотносится с реальной жизнью?
13. Как технические разработки могут помочь нам переосмыслить социальную организацию или вопросы коммуникации?
14. Безопасно ли позволять технологиям опережать нас, не задумываясь о взаимосвязях между коммуникацией и человеческой организацией?

Ключи к устному ответу

Критерии оценивания

1. Связность – Имеет ли смысл набор аргументов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения, демонстрируемый студентом?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и	100 - 86

	составляющие. Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; ответы на дополнительные вопросы четкие, лаконичные	
базовый	Студент дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно- следственные связи; рассказ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя; ответы на дополнительные вопросы правильные, но недостаточно полные и четкие	85-76
пороговый	Ответ неполный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции; допущены ошибки в раскрываемых понятиях; студент не может ответить на некоторую часть дополнительных вопросов	75-61
уровень не достигнут	Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, речь неграмотная; ответы на дополнительные вопросы неправильные	60-0

2. Задание для портфолио

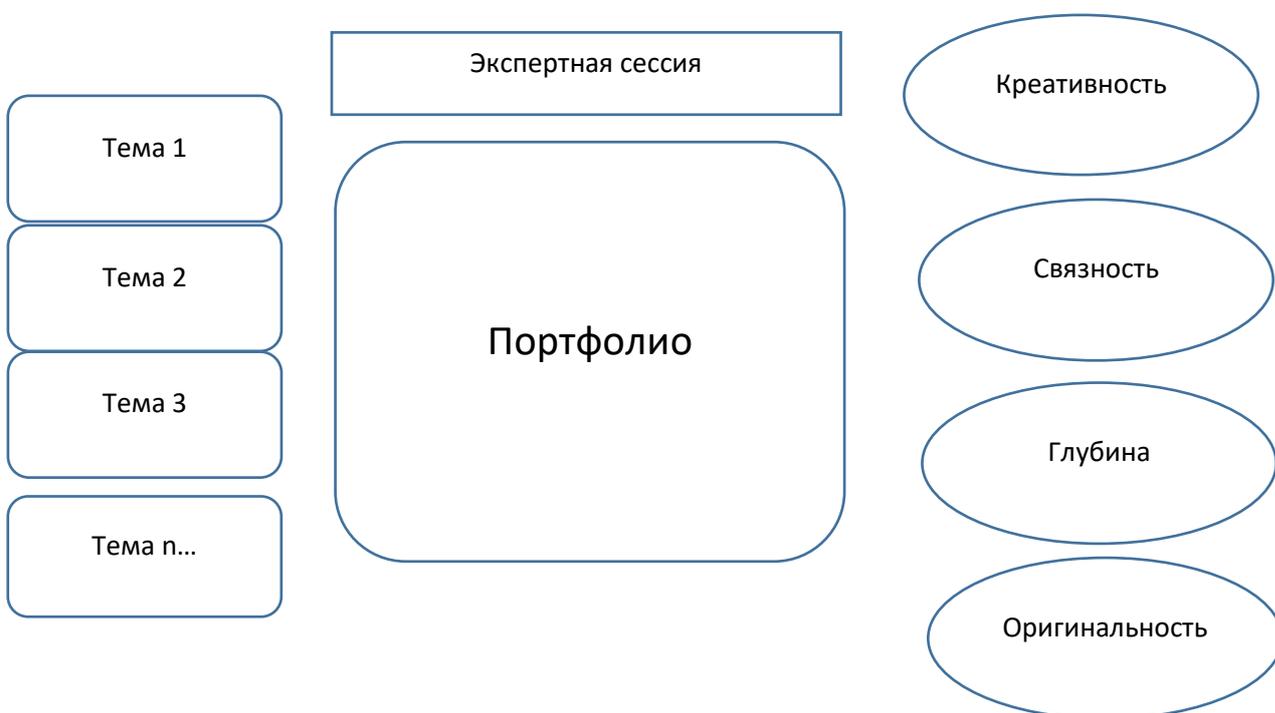
Требования к структуре портфолио

Портфолио является итоговым заданием по дисциплине. Портфолио может быть выполнено любым способом или комбинацией способов в соответствии со следующими критериями: связность, глубина, креативность, оригинальность.

1 Название портфолио «Глобальная научная коммуникация»

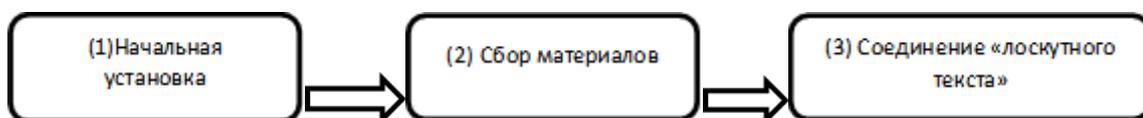
2 Структура портфолио: любая на выбор студента, но включающая элементы, основанные на материалах дисциплины

Портфолио «Лоскутное одеяло»



Методические рекомендации к подготовке и защите портфолио

Портфолио выполняется в технике «лоскутного текста», где под текстом понимается любой формат предъявления информации. Цель применения «лоскутного текста» - дать каждому обучающемуся максимальную возможность сделать свой процесс обучения и последующую оценку наиболее значимыми для них лично. Процесс создания «лоскутного текста» следующий:



Первым этапом оценки является начальная установка, которая определяет план, где студенты узнают основные принципы сбора материалов из широкого списка категорий оценки, указанных ниже.

Сбор материалов – это изложение артефактов: фотографий, видео, текста, книг, сайтов, предметов искусства, поэзии и т.д. Каждый артефакт должен быть помещен в одну или несколько областей оценки.

Финальным этапом является создание «лоскутного текста», представляющего, по сути, комбинацию смешанных элементов («лоскутов») и «нарратив», соединяющий все части вместе.

Ключи к представлению элементов, отображенных в портфолио:

1. Связность – Имеет ли смысл набор элементов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения в создании «лоскутного текста»?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Портфолио подготовлено по указанной структуре, присутствуют все элементы структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио. Студент полностью и развернуто отвечает на дополнительные вопросы.	100 - 86
базовый	Портфолио подготовлено по указанной структуре, возможно отсутствует 1 элемент структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио. Студент частично отвечает на дополнительные вопросы.	85-76
пороговый	Портфолио подготовлено по указанной структуре, однако отсутствуют 1-2 элемента структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио, однако не способен ответить на дополнительные вопросы.	75-61
уровень не достигнут	Портфолио не соответствует структуре, студент не способен продемонстрировать связь между элементами портфолио, не способен прокомментировать и объяснить принадлежность элемента портфолио к указанным темам. Ответы на дополнительные вопросы не получены.	60-0

3. Примерные темы сообщений

1 Провести анализ опыта использования социальных сетей при помощи приложения <https://applymagicsauce.com/demo> и представить его в виде текста или видео.

Ключ: Как вы думаете, что компании, владеющие социальными медиа, могут узнать о вас путем анализа того, что вы делаете? Насколько точно машина понимает вас (насколько точен анализ вашей личности)?

2 Опишите процесс работы людей, занятых в творческих профессиях. Для этого проведите интервью с человеком такой профессии.

Ключ: Найти представителя творческой сферы, задать 3-5 вопросов по теме «Роль коммуникации в профессиональной деятельности». Представить результаты.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; умением объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, отличающийся неглубоким раскрытием темы; несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.	60-0

4. Примерные темы творческого задания, группового задания

1 Подготовить видео-презентацию с участием контента на основе искусственного интеллекта – в том числе, художественные образы, поэзия, музыка, вместе с вашими собственными мыслями (идеями) – на тему «Мир после COVID» – как изменился мир с точки зрения менеджмента, экономики, туризма и т.д. вслед за технологиями. Скрипт может содержать текст, рисунки, фотографии, ссылки из Интернета, примеры вещей, генерируемых компьютером (ИИ) в рамках деятельности.

2 Решение сложных проблем.

Используйте инструмент «Узел Мёбиуса» (<https://knotplot.com>). Выберите любую серьезную проблему. Это могут быть конкретные локальные проблемы или глобальная проблема (например): глобальное потепление, бездомность, мировая бедность, эпидемия коронавируса, неравенство и т.д.

Объясните проблему: начните с описания функционального, технического, решения проблемы, которое, по вашему мнению, может ее исправить. Затем подумайте об "опыте" решения этой проблемы – как он отражается в чувствах разных людей. Наконец, подумайте о том, кто выигрывает, а кто проигрывает в вашем техническом решении. Напишите их в трех областях «трилистника» (узел Мёбиуса). Затем подумайте, какие еще проблемы возникают в трех областях «трилистника», связанные с тем или иным решением основной проблемы. Выделите как минимум еще одну проблему. Проведите 2-3 итерации. Сформулируйте вывод.

Ключи к выполнению творческого задания, группового задания:

1. Связность – Имеет ли смысл набор аргументов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения, демонстрируемый студентом?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86

базовый	Работа студента / группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ смысловых составляющих проблемы. Ответ достаточно обоснован. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта тема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

5. Деловая игра

1. Тема “Вырасти игру”

2. Концепция игры

- Выбрать игру из представленного списка и одну из социальных проблем из другого списка.

- Изменить правила игры, чтобы отразить (решить) проблему.

- Презентовать игру, объяснив новые правила или “проиграв” игру и записав видеоролик.

- Получить обратную связь от другой команды.

3. Роли: аналитик, разработчик, презентатор, игроки

4. Ожидаемый результат: видеозапись новой игры

Ключи для выполнения заданий деловой игры:

Глубина, связность, креативность, оригинальность

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76

пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта структура и проблема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Наименование дисциплины»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Наименование дисциплины» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)

Для получения зачета (при повторной аттестации) студент должен самостоятельно проработать материал и подготовить итоговое портфолио. Требования к выполнению портфолио указаны выше.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные	60-0

	<p>ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	
--	---	--

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Критическое и проектное мышление»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

- I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования
- II. Текущая аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление»
- III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление»

**I. Оценочные средства для промежуточной аттестации по элементу
модуля «Критическое мышление»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Элемент модуля «Критическое мышление»			
2	<p>Практическое занятие № 1 (2 часа). Учимся читать статью с общим охватом содержания.</p> <p>В этой теме студент научится:</p> <p>фокусировать свое внимание на различных элементах научной статьи;</p> <p>с помощью стратегии ознакомительного чтения находить научные статьи, которые соответствуют цели исследования студента и отвечают его исследовательскому интересу</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		

	<p>Практическое занятие № 2 (2 часа). Учимся читать статью с общим охватом содержания.</p> <p>В этой теме студент научится:</p> <p>фокусировать свое внимание на различных элементах научной статьи;</p> <p>с помощью стратегии ознакомительного чтения находить научные статьи, которые соответствуют цели исследования студента и отвечают его исследовательскому интересу</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		
	<p>Практическое занятие № 3, 4, 5 (6 часов).</p> <p>Читаем статью с полным охватом содержания.</p> <p>В этой теме студент научится:</p> <p>находить аргументацию в</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект

	<p>тексте; определять основную идею и доказательства, которые приводит автор; анализировать и оценивать линию рассуждения автора</p>	<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		
3	Элемент модуля «Проектное мышление»			
4	<p>Практическое занятие 1. Фрейминг проблемной ситуации</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		

5	Практическое занятие 2. Рефрейминг проблемы	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
6	Практическое занятие 3. Инструментарий проектной деятельности	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		

7	Практическое занятие 4. Командная деятельность	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		
8	Практическое занятие 5. Управление сроками проекта. Гибкие подходы к управлению проектом	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		

9	Практическое занятие 6. Системный подход к управлению проектами	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Практическое задание	Проект
		ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса		
10	Практическое занятие 7. Инструменты интеграции проекта	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		

11	<p>Практическое занятие 8. Выбор подхода к управлению жизненным циклом проекта</p>	<p>УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла</p>		
12	<p>Практическое занятие 9. Цифровые инструменты управления проектом. Метрики и ключевые показатели эффективности проекта</p>	<p>ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами</p>	Практическое задание	Проект
		<p>ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса</p>		

13	Практическое занятие 10. Метрики проекта и метод освоенного объема	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		
14	Практическое занятие 11. Типовые проблемы разработки и реализации проектов в магистратуре	УК-1.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Практическое задание	Проект
		УК-1.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла		

Оценочные средства для текущей аттестации по элементу модуля

«Критическое мышление»

Текущая аттестация проводится на основании оценивания рейтинговых мероприятий. Балльно-рейтинговая система по элементу модуля «Критическое мышление» представлена в таблице 1.

Таблица 1. ФОС 1. Задания и максимальные баллы по текущему рейтингу элемента модуля «Критическое мышление»

Типы работы	Баллы
Контрольная работа	20
Самостоятельная работа	80
Итого	100

Контрольная работа

(типовое задание для проведения аудиторной контрольной по элементу модуля «Критическое мышление»)

Задание 1. Выберите ВСЕ правильные ответы:

1. Критическое мышление – это
 - A. критикующее суждение
 - B. обоснованное суждение
 - C. аналитическое мышление
 - D. рефлексивное мышление
 - E. рефлексорное мышление

2. Критическое чтение – это
 - A. пассивное чтение
 - B. активное чтение
 - C. вдумчивое чтение
 - D. чтение для удовольствия

Задание 2. Соотнесите виды анализа текста с их определениями (возможно несколько вариантов ответов):

1. Чтение «снизу вверх»
 - A. чтение с оценкой библиографического списка
 - B. чтение с поиском главной идеи

- C. чтение с оценкой общей структуры текста
- D. чтение с оценкой терминов и ключевых слов

2. Чтение «сверху вниз»

- A. чтение с оценкой библиографического списка
- B. чтение с поиском главной идеи
- C. чтение с оценкой общей структуры текста
- D. чтение с оценкой терминов и ключевых слов

Задание 3. Вспомните таксономию Б. Блума. Соотнесите уровни таксономии Блума с вопросами и комментариями, которые возникают у читателя во время чтения текста.

Знание	Насколько данный текст релевантен и валиден?
Понимание	Какая главная идея текста?
Применение	Кто автор статьи?
Анализ	У меня появился собственный исследовательский вопрос после чтения этой статьи.
Синтез	Насколько данное исследование совпадает по тематике с моим собственным?
Оценка	Могу ли я использовать метод, изложенный в статье, в своем исследовании?

Задание 4: Прочитайте текст. Обратите внимание на детальную информацию, которую приводит автор. Выберите правильный ответ:

Целью эксперимента было доказать, что потребление моркови улучшает ночное зрение у людей младше 45 лет, включая детей дошкольного возраста. В эксперименте приняли участие 1000 человек, из них 789 – женщин, остальные были мужчины. В каждой половой группе каждые 25%

испытуемых были представителями определенной возрастной группы: 6-15 лет; 16-25 лет; 26-35 лет и 36-45 лет. Испытуемые принимали 3 капсулы морковного экстракта каждый день на протяжении 10 недель.

1. Выборка репрезентативна в отношении возрастных групп:

А. да

В. нет

2. Выборка репрезентативна с точки зрения распределения по половому признаку

А. да

В. нет

3. Выборка нерепрезентативна в отношении людей с разным зрением

А. да

В. нет

Задание 5: Прочитайте текст. Расставьте абзацы по порядку

Как изменялись карты на протяжении истории человечества?

1. В средние века картография, как наука в целом, была забыта. Второе рождение картография получила во время Великих географических открытий. По картам плыли и шли первооткрыватели, на них наносили новые земли, устанавливали границы незнакомых территорий. Изобретение печати позволило начать быстро тиражировать карты. Карта перестала быть единичным произведением искусства. Они стали общедоступными.

2. За время существования картографии технология изготовления карт изменилась. Сначала их рисовали вручную на основе измерений земной

поверхности. В первой половине XX века картографы стали пользоваться результатами аэрофотосъемки. Сейчас картографическая информация поставляется искусственными спутниками Земли и обрабатывается автоматически с помощью компьютерных программ.

3. Первые чертежи земной поверхности появились раньше, чем письменность. В первобытном обществе эти рисунки были очень просты. На них указывали места охоты, дороги и реки.

4. Неоценимый вклад в развитие картографии в средние века внес голландский картограф Меркатор. Он обосновал принципы составления карт на основе математических расчетов. Меркатор издал сборник карт и описаний европейских стран, который назвал атласом в честь титана Атланта (Атласа), которого боги наказали, заставив держать на своих плечах небесный свод. С тех пор все сборники карт называются атласами.

5. Начало современной картографии следует искать в Древней Греции. Именно древнегреческие учёные указали на то, что форма Земли - шар, вычислили её размеры, предложили использовать систему параллелей и меридианов и создали первую «настоящую» карту с градусной сетью. Первое собрание карт было помещено в труде древнегреческого учёного философа и астронома Клавдия Птолемея «География». С этих пор карты стали использоваться не только в научных, но и в практических целях: для сбора налогов, подсчета площадей и расстояний.

14. Выберите правильный вариант:

А. 3, 5, 4, 1, 2

Б. 5, 3, 1, 2, 4

В. 1, 3, 2, 5, 4

Контрольно-измерительный материал

Контрольная работа

№ пп	Наименование критерия	Бал л	Детализация оценивания
---------	--------------------------	----------	------------------------

1	Определение понятийного аппарата	5	1 дана правильная формулировка терминов «критическое мышление», «критическое чтение», «аргументация» 1 2 правильно соотнесены уровни таксономии Блума 1 3 четко разграничены понятия репрезентативной/нерепрезентативной выборки 3
2	Логичность и связность текста	7	1 определена последовательность текста 1 2 определены промежуточные выводы 3 3 определена аргументация в тексте 1 4 проведена оценка текста на логичность 1 5 вывод соотнесен с доводом 1
3	Логические нарушения	8	Найдены все возможные логические нарушения (каждый неправильные ответ – минус 1 балл)
	ИТОГО	20	

Контрольно-измерительный материал

Самостоятельная работа

№ пп	Наименование критерия	Бал л	Детализация оценивания
	Умеет критически оценивать качество научной статьи	80	Студент имеет устойчивые, сформированные навыки – 86-100 баллов Студент имеет сформированные, но неустойчивые навыки – 76-85 баллов Студент имеет ограниченные навыки – 75-61 баллов Студент не имеет сформированных навыков – менее 61
	ИТОГО	80	

Оценочные средства для текущей аттестации по элементу модуля

«Проектное мышление»

Оценка за модуль «Проектное мышление» – дифференцированный зачет (зачет с оценкой). Результирующая оценка за модуль носит кумулятивный характер и рассчитывается по формуле:

$$\text{Баллы результирующие} = (\text{Баллы}_{\text{аудиторная работа1}} + \text{Баллы}_{\text{аудиторная работа2}} + \text{Баллы}_{\text{защита}} + k \times \text{Баллы}_{\text{коммуникации}}) / 4$$

Перевод баллов	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	60% и менее	61-75%	76-85%	86-100%

<i>в оценку</i>	<i>1,00-3,04</i>	<i>3,05-3,79</i>	<i>3,80-4,29</i>	<i>4,30-5,00</i>
-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Баллы результирующие – переводятся в оценку.

Баллы аудиторная работа1 – это накопленные баллы за участие в научной дискуссии. Баллы ставятся руководителем проекта. (Форма оценочного листа для руководителя проекта *приложение А*)

Баллы аудиторная работа2 – это накопленные баллы за участие в тематических практических занятиях и лекциях. Баллы суммируется из баллов, выставленных преподавателями тематических.

Баллы защита – это баллы за представление (доклад, презентация, раздаточный материал) результатов индивидуального вклада студента в достижение результатов проекта и ответы на вопросы. Баллы ставятся экспертами комиссии (выводится средний балл).

Баллы коммуникации – это баллы за результативность коммуникаций внутри проектной группы и с внешней средой для решения задач профессиональной деятельности (баллы ставятся экспертами комиссии проекту в целом, выводятся средний балл). Средний балл за коммуникации умножается на кросс-оценку, переведенную в проценты. (Форма кросс-оценки *приложение А*)

К – Результат кросс-оценки внутри проектной группы. Оценка рассчитывается Центром проектной деятельности на основании оценок участников проектной группы.

Составляющая оценки	Шкала оценивания
<i>Баллы аудиторная работа1</i>	1-5
<i>Баллы аудиторная работа2</i>	1-5
<i>Баллы защита</i>	1-5
<i>Баллы коммуникации</i>	1-5
<i>k кросс-оценка</i>	1-5
<i>Результирующая оценка</i>	Баллы <i>результирующие</i>

Критерии выставления оценки студенту на зачете с оценкой по дисциплине «Критическое и проектное мышление»

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в форме контрольных рейтинговых мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (своевременность выполнения различных видов групповых и индивидуальных заданий);
- степень усвоения теоретических знаний (активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам выполнения групповых индивидуальных работ);
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой, состоящий из результатов выполнения рейтинговых мероприятий.

Оценка руководителя проекта (подпроекта)

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

Балл	1-5	1-5	1-5	3-15
Критерий Проект	Достигнутый образовательный результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктивных результатов	Умение выстраивать коммуникации внутри проекта	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА

Оценка руководителя практики

№	ФИО	Группа	Выполнение индивидуальных задач в проекте (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1	Иванов Иван Иванович	М1102		
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				

Руководитель практики _____
подпись

_____.
ФИО

Оценка проектного консультанта

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

№	ФИО	Группа	Применение и качество проектного инструментария (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1				
2				
3				
4				
5				

Проектный консультант

подпись

ФИО

Кросс-оценка внутри проектной группы

Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя следующую форму.

Оценки, поставленные студентом Ивановым Е.А.
ФИО
другим участникам проектной группы

наименование проекта

2019-2020 учебный год
осенний семестр

№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Подпись студента _____
подпись

Оценочный лист эксперта комиссии

ФИО

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

Балл	1-5	1-5	1-5	3-15
Критерий	Достигнутый результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктивных результатов	Коммуникации с внешней средой	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА
Проект				

Блок 1. Оценка проектной деятельности группы

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Проработанность идеи проекта и прототипа проекта	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в чем основная идея проекта, - кто будет использовать результаты проекта и зачем, - как могут использоваться результаты проекта, - кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта, - каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите, - какова исследовательская проблема; <p><i>представить</i> прототип проекта (это может быть простое вербальное описание, визуальное представление (рисунок, схема, альбом), ролевая сценка), практическую и / или теоретическую рамку, в которой проходило прототипирование.</p>	<p>Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов.</p> <p>Итоговая сумма баллов по блоку – от 5 до 25</p>
Командная работа	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как выстраивалась работа в проектной группе, - каким образом были распределены задачи / обязанности в проектной группе. 	
Коммуникации с заинтересованными сторонами	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.), - что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами. 	
Использование инструментария проектного управления	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i> инструменты, использованные в проекте. Например, схема структурной (иерархической) декомпозиции работ и принципы декомпозиции, график (план-график или диаграмма Ганта с контрольными событиями), матрица ответственности, матрица стейкхолдеров и др.</p>	
Достигнутый результат	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - достигнутые продуктовые и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком, - кто пользователь и держатель конечного продукта проекта, - ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта, - перспективы использования результатов проекта. 	

Блок 2. Индивидуальная оценка студента

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Вклад студента в достижение результатов проекта	Умение участника проектной группы <i>объяснить</i> значимость своей деятельности в проекте и <i>продемонстрировать</i> личные результаты, которых он достиг в проекте. Понимание каждым студентом его влияния на проект и результаты.	Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов. Итоговая сумма баллов по блоку – от 3 до 15
Принятие решений (способность ориентироваться в ситуации и принимать адекватные решения)	Умение обосновать и презентовать предложенные в ходе выполнения проекта идеи, решения, подходы и т.п., их необходимость, понимание реализуемости и влияния на результат.	
Межличностные коммуникации	Умение выстраивать коммуникации (внутренние и внешние).	

Блок 3. Кросс-оценка внутри проектной группы

Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя следующую форму:

Форма для кросс-оценки

Оценки, поставленные студентом

Ивановым Е.А.

ФИО

другим участникам проектной группы

наименование проекта
2019-2020 учебный год
осенний семестр

№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
1	Студент 1		
2	Студент 2		
3	Студент 3		
4	Студент 4		
5	Студент 5		
6	Студент 6		
Средняя оценка*			

* округление до десятых. Например: 4,7

Подпись студента _____

подпись



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Теория менеджмента»
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Теория менеджмента»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Теория менеджмента».....	4
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Наименование дисциплины»	16
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Наименование дисциплины».....	21

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Теория менеджмента»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Основы теории управления организацией	ОПК-1.1 Знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач в профессиональной сфере	Знает теоретические основы современной организационной и управленческой теории для анализа текущего состояния организации Умеет анализировать текущее состояние организации и определять целевые задачи в профессиональной сфере	Собеседование (УО-1) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)
2.	Функциональные основы менеджмента	ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	Знает теоретические основы менеджмента Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов управления организацией Владеет навыками организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов	Собеседование (УО-1) Кейс-задача (ПР-11) Деловая игра (ПР-10)	Тест (ПР-1)
3.	Взаимодействие людей в организации	ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	Знает теоретические основы процесса взаимодействия людей в организации Умеет определять факторы, влияющие на процесс взаимодействия людей в организации Владеет навыками построения и улучшения систем стимулирования и мотивации персонала	Собеседование (УО-1) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)
	Зачет / экзамен			-	Тест (ПР-1)

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Теория менеджмента»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Теория менеджмента» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Теория менеджмента» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседования, решения кейс-задач, защиты творческого задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования:

1. Понятия «менеджмент» и «управление»
2. Характерные черты и стадии менеджмента
3. Цели и задачи менеджмента
4. Школа научного управления и процессный подход
5. Классическая школа управления
6. Школа человеческих отношений и науки о поведении
7. Школа количественных методов, системный и ситуационный подходы
8. Национальные особенности менеджмента
9. Понятие «система»
10. Система управления
11. Внутренняя среда организации
12. Внешняя среда организации
13. Системные принципы в управлении
14. Отличия традиционного (аналитического) и системного подходов к управлению
15. Понятие «миссия» организации и ее значение
16. Виды целей
17. Основные требования, предъявляемые к целям
18. Модель «дерево целей»
19. Понятие «функции менеджмента», их определение и классификация
20. Функция планирование
21. Организация как функция менеджмента
22. Значение координации в деятельности хозяйствующего субъекта
23. Мотивация как функция менеджмента
24. Функция контроль
25. Понятие «стратегия» и «тактика» управления
26. Сущность стратегического управления и его задачи
27. Типы организационных структур
28. Понятие «управленческое решение», его значение и определение
29. Основные этапы процесса разработки и принятия управленческих решений
30. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений

Требования к представлению материалов:

Необходимо дать устный ответ на поставленный вопрос, включающий теоретические сведения и практические примеры.

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования:

Оценочный лист устного ответа:

Критерий оценки	Максимальное количество баллов	Полученная оценка
Компетентность студента (разбирается в существе вопроса) и его убежденность	5	
Убедительность речи (аргументированность, доказательность)	5	
Качество речи (плавная, ровная, без слов паразитов)	5	
Владение терминологией	5	
Поведение (раскрепощенность, умение общаться)	5	
Регламент	5	
Итого:	30	

1. Понятия «менеджмент» и «управление».

«Менеджмент» – это совокупность принципов и методов, приемов и средств управления производством и персоналом с накоплением достижений науки и управления.

Менеджмент по своей сути является аналогом термина «управление», это его синоним, но не в полной мере.

«Управление» - как термин шире, поскольку применяется к разным видам человеческой деятельности (управление автомобилем, государством и т.д.). Менеджмент применяется лишь к управлению социально-экономическими процессами на уровне организации.

2. Характерные черты и стадии менеджмента.

Черты менеджмента включают в себя экономический, социально-психологический, правовой, организационно-технический аспекты. Три стадии менеджмента: 1) стратегическое управление – это выработка цели, прогнозирование, как предвидение результата развития организации, планирование. 2) оперативное управление – это деятельность по реализации вышеуказанных мер. 3) контроль – включает в себя: анализ достигнутых результатов, выступает как исходный пункт нового цикла управления.

3. Цели и задачи менеджмента.

Цель менеджмента – это обеспечение прибыльности организации, эффективное использование кадрового потенциала при одновременном повышении квалификации, творческой активности и лояльности каждого работника. Это постоянное преодоление риска, для чего требуется наличие определенных резервных финансовых средств, предоставление менеджерам определенной степени свободы и самостоятельности хозяйственной деятельности в целях быстрого реагирования и адаптации к изменяющимся условиям. Задачи: 1) обеспечение автоматизации производства; 2) переход к использованию работников, обладающих высокой квалификацией; 3) стимулирование работы сотрудников; 4) постоянный контроль за эффективностью деятельности организации.

4. Школа научного управления и процессный подход.

(1885-1920 гг. Тейлор, Гилберт) – систематическое использование стимулирования с целью заинтересовать работников в увеличении производительности труда. Предусматривалась возможность перерывов в производстве, в т.ч. для отдыха, количество времени, выделяемое для выполнения определенных заданий было реалистичным, что давало возможность руководству устанавливать нормы производства. Признавалась важность работников, подчеркивалась значимость обучения. Процессный подход – управление как непрерывная серия взаимосвязанных функций: планирование; организация; координация; мотивация; контроль.

5. Классическая школа управления.

(1920-1930 гг. Файоль, Муни) – Цель создание универсальных принципов управления, следование которым несомненно приводит организацию к успеху. Эти принципы затрагивали два основных аспекта: разработку рациональной структуры организации и построение на ее основе рациональной системы управления персоналом, которая представляет собой бюрократическую модель.

6. Школа человеческих отношений и науки о поведении

(1930-1950 гг. Маслоу, Мэйо) – возникла когда было обнаружено, что четко разработанные рабочие операции и высокая зарплата не всегда вели к повышению производительности труда. Если руководство проявляет большую заботу о работниках, то уровень удовлетворенности возрастает, а это приводит к повышению производительности труда. Наука о поведении (1950г. Герцберг, Келланд) – это методы налаживания межличностных отношений, стремление оказать помощь работникам в осознании своих собственных возможностей. Цель - повышение эффективности организации за счет повышения эффективности человеческих ресурсов, полного использования потенциала каждого работника.

7. Школа количественных методов, системный и ситуационный подходы.

(1950г. Бир) – междисциплинарный подход, когда конкретная проблема решается группой специалистов по математической, статистической и общественным наукам. После постановки проблемы и формулировки задачи разрабатывается математическая модель сложившейся ситуации. Главная характеристика школы – это замена словесных рассуждений и описательного анализа количественными значениями. Системный подход – организация рассматривается как система взаимосвязанных элементов: - работники; - структура; - технология, которая ориентирована на достижение определенных целей в условиях изменяющейся внешней среды. Ситуационный подход – концентрирование на том, что пригодность различных методов управления определяется конкретной ситуацией, т.к. имеется ограниченное количество факторов и их сочетаний, определяющих ситуацию как в самой организации, так и в окружающей среде, то нет одинакового для всех (лучшего) способа управления организацией.

8. Национальные особенности менеджмента.

Западный стиль: - индивидуальная ответственность, - нет преданности сотрудников своему рабочему месту, - деловые отношения не совмещаются с личными. Американский стиль: - преобладание материальной мотивации над моральной, - жесткая система субординации, - система индивидуального поощрения. Европейский стиль (Англия, Германия): - высокая дисциплина, - долгосрочная стратегия функционирования; - повышенное внимание к научно-исследовательским разработкам; - социальная ориентация управления. Восточный стиль: - межфирменные отношения строятся на доверии; - высокий уровень образования всех работников; - понимание совместного вклада работников в развитие производства; - групповая ответственность. Российский стиль: национальной модели управления нет. Это симбиоз. Причины отсутствия: 1) короткий период развития рыночных отношений в стране; 2) менталитет; 3) размер территории страны; 4) многонациональность; 5) криминализированы наиболее доходные сферы; 6) высокие налоги на физических и юридических лиц.

9. Понятие «система».

Система – это совокупность взаимодействия компонентов. Признаки системы: - сложность объекта, т.е. наличие в нем различных составных частей; - целостность объекта, т.е. наличие неких связей между этими частями, которые удерживают их в целостном состоянии; - объект должен образовывать особое единство со средой. Части системы: 1) подсистемы – этот компонент, который сам состоит из частей; 2) элементы – это компонент, который в рамках данной системы не может быть разделен на части.

10. Система управления.

Систему управления можно определить как подсистему организации компонентами, которой являются группы взаимодействующих людей.

Функции заключаются: - в восприятии определенных проблем организации (вход), - в последующем выполнении набора действий (процессов), - в результате выполнения действий вырабатывается решение (выход). Вход => процесс (операции) => выход. Субъект управления – направляет объекту импульсы воздействия (команды), которые содержат информацию о том, как должен функционировать объект управления (руководитель, менеджер, главный бухгалтер). Объект управления – получает данные импульсы и

действует в соответствии с ними или в соответствии со сложившейся ситуацией (работники; процессы - снабжение, производство, маркетинговая деятельность; ресурсы – финансовые, информационные, технологические, материальные; результаты – финансовые, качество продукции).

11. Внутренняя среда организации.

Внутренняя среда организации представляет собой совокупность сочетания элементов: структура – отражает сложившиеся выделения отдельных подразделений в организации, связи между ними (линейная, функциональная, матричная, дивизионная); - технология, включающая в себя технические средства и способы их комбинирования, использования для получения конечного продукта, создаваемого организациями, является предметом пристального внимания со стороны менеджеров; - организационная структура – складывается из нескольких составляющих. Преобладающие ценности, на которых базируется организация, нормы поведения, разделяемые сотрудниками организации, поведенческие ритуалы, выражаемые в проведении определенных церемоний, использование определенных знаков. Несмотря на большое разнообразие действий и процессов можно выделить пять групп функциональных процессов, которые охватывают деятельность любой организации: 1) производство; 2) финансы; 3) маркетинг; 4) работы с кадрами; 5) учет и анализ хозяйственной деятельности (экзаунтинг).

12. Внешняя среда организации.

Все факторы внешней среды можно разделить на: - факторы общего, внешнего окружения (макроокружение) организации, которые не связаны непосредственно с конкретной организацией. Влияние этих факторов являются более или менее одинаковыми для многих организаций, и носит косвенный характер. Законодательная система, политические факторы, экономические страны; - факторы непосредственного окружения организации. Влияние их носит прямой характер. Конкуренты, партнеры, законодательство, потребители, органы государственного и местного регулирования, профсоюзы. Многие из факторов непосредственного окружения имеют вероятностный характер и в определенной мере зависят от организации. Вместе с тем имеются факторы, которые оказывают влияние на организации независимо от их желания.

13. Системные принципы в управлении.

Любая организация представляет собой систему, состоящую из частей, каждая из которых обладает своими собственными целями. Руководитель должен стремиться выявить и оценить взаимодействие всех ее частей и объединить их на такой основе, которая позволит организации в целом эффективно достичь ее цели. Аспекты работы руководителя: стремиться добиться эффективной работы всей организации и не допустить влияния частных интересов какого-либо элемента организации на общий успех; должен добиваться этого в условиях организационной среды, которая всегда создает противоречащие друг другу цели. Организация, как открытая система находится в двустороннем постоянном взаимодействии с внешней средой, т.е. забирает ресурсы, перерабатывает и поставляет обратно в виде товаров и услуг. Открытость обусловлена тем, что организация должна непрерывно поддерживать свой статус. Это связано с тем, что в дополнение к своим товарам и услугам организация оказывает побочное воздействие на окружающую среду и общество (загрязнение окружающей среды, забастовки рабочих).

14. Отличия традиционного (аналитического) и системного подходов к управлению.

Традиционные и системный подходы используют и анализ (разделение целого на части) и синтез (объединение) – различия заключаются в сочетании последовательности этих методов. Этапы традиционного подхода: разделение (анализ того, что предстоит объяснить); объяснение свойств частей взятых по отдельности; объединение (синтез) этих объяснений в объяснение в целом. Этапы системного подхода: 1) определение целого (системы), частью которого является исследуемые объекты; 2) объяснение свойств этого целого; 3) объяснение свойств исследуемого объекта с точки зрения его функций в этом целом, частью которого он является. Т.е. при системном подходе синтез предшествует

анализу. Также различия между подходами основано на следующем свойстве системности: если каждую часть системы заставить функционировать с максимальной эффективностью, система как целое еще не будет в результате этого функционировать с максимальной эффективностью (целое не равно сумме его составляющих).

15. Понятие «миссия» организации и ее значение.

Миссия – это генеральная цель, которая выражает устремленность в будущее, показывая, на что будут направляться усилия и какие ценности будут при этом приоритетными. Миссия предназначена для решения следующих задач: 1) представить в явном виде то, для чего существует организация; 2) определить чем организация отличается от всех других организаций, действующих на рынке; 3) согласовать интересы всех лиц, связанных с организацией (собственник, персонал, клиенты); 4) способность к созданию корпоративного духа, в том числе расширить для сотрудника смысл и содержание деятельности.

16. Виды целей.

По очередности: 1) - краткосрочные (до 1 года); 2) среднесрочные (от 1 до 3); 3) долгосрочные (от 3 и более). По значимости: 1) стратегические – расширение сегмента рынка, существенное повышение уровня обслуживания покупателей, рост суммы прибыли и уровня рентабельности, снижение уровня хозяйственных рисков; 2) тактические – все промежуточные состояния, через которые достигаются стратегические цели. Они должны быть реалистичны, последовательны и расположены по приоритетам. Также цели делятся на: 1) неэкономические – социальные цели (социальный пакет, улучшение условий труда); 2) экономические – выражены в показателях хозяйственной деятельности. Можно разделить на количественные (увеличение продаж, заработной платы) и качественные (улучшение качества продукции).

17. Основные требования, предъявляемые к целям.

В практике управления существует SMART – критерии, которые должны соответствовать целям: S – конкретный; M – измеримый; A – достижимый; R – значимый; T – соотносимый с конкретным сроком. Данный параметр определяет такие требования к целям как: конкретность, ясность, отсутствие двусмысленных формулировок, цель должна содержать ясную информацию для четкого понимания сотрудниками того, что от него требуется.

18. Модель «дерево целей».

«Дерево целей» – это структурированная, построенная по иерархическому принципу совокупность целей, в которых выделены: генеральная цель – вершина дерева, подчиненные ей подцели 1,2 и последующего уровня. Процедура построения: 1) определение вершины дерева – общей цели организации (миссии); формирование последующих уровней по направлению деятельности или декомпозиция целей. Каждый последующий уровень формируется таким образом, чтобы обеспечить достижение цели более высокого уровня. Подцели одного уровня декомпозиции независимы между собой. Иерархия целей напрямую связана со структурой организации. Выделение уровней иерархии целей осуществляется как на основе функционального принципа управления, так и по товарно-рыночному принципу. Функциональные принципы связаны с группировкой по содержанию деятельности: производство, маркетинг, финансы и т.д. Товарно-рыночный принцип основан на объединении по принципу совместного производства какого-либо товара, по обслуживанию определенной группы потребителей и т.д.

19. Понятие «функции менеджмента», их определение и классификация.

Функцией в менеджменте называют особый вид управленческой деятельности с помощью, которой субъект управления воздействует на объект. Функции делятся на: 1) общие – часть управленческого процесса, характеризующаяся регулярным видом деятельности, выполняют руководители всех уровней. К ним относятся: планирование, организация, координация, мотивация, контроль. 2) те же что и общие, но только в

определенной (специальной) сфере деятельности: обращения, снабжения, подготовке производства. Они выполняются отдельными структурными подразделениями (специалистами): управление планово-экономической деятельностью, управление бухгалтерским учетом, управление финансовыми ресурсами, оперативное управление.

20. Функция планирования.

Планирование – это функция, связанная с определением целей и задач организации, а также ресурсов, необходимых для достижения этих целей. При планировании необходимо учитывать: 1) принцип участия – каждый работник организации становится участником плановой деятельности независимо от занимаемой должности, т.е. процесс планирования должен привлекать всех тех, кого он затрагивает. При планировании должны учитываться все события и ситуации, которые могут иметь значение для развития организации (полнота планирования). 2) экономичность планирования – расходы на планирование должны находиться в соразмерном отношении с получаемым от планирования выигрышем. 3) непрерывность планирования.

21. Организация как функция менеджмента.

Организация как функция непосредственно связана с формальными взаимоотношениями между людьми. Реализация данной функции предполагает решение задач: 1) постановка задач и установление критериев их выполнения; 2) наделение полномочиями и ресурсами. Основные элементы: распределение обязанностей, наделение исполнителя полномочиями, делегирование полномочиями. Полномочия – ограниченное право использовать ресурс организации и направлять усилия некоторых сотрудников на выполнение определенных задач (фактически командовать людьми). 3) установление ответственности.

22. Значение координации в деятельности хозяйствующего субъекта.

Координация – это функция управления, обеспечивающая его бесперебойность и непрерывность. Главная задача координации – достижение согласованности в работе всех звеньев организации, путем установления рациональных коммуникаций между ними. характер этих связей зависит от координирующих процессов. Поэтому для выполнения этой функции могут использоваться различные документальные источники (годовые отчеты, служебные записки, докладные). Результат обсуждения, возникающих проблем на совещаниях, планерках.

23. Мотивация как функция менеджмента.

Сущность мотивации заключается в том, чтобы персонал организации выполнял работу в соответствии с делегированными ему правами, обязанностями и с принятыми управленческими решениями. В общем смысле мотивация – это процесс побуждения себя и других в деятельности для достижения определенных целей.

24. Функция контроль.

Контроль - это системное наблюдение за выполнением планов, заданий и результатами хозяйственной деятельности, обеспечение с помощью информации обратной связи с управляемым объектом. Выделяют три основных вида контроля: предварительный, текущий и заключительный. Предварительный контроль обычно реализуется в форме определенной политики, процедур и правил. Прежде всего, он применяется по отношению к трудовым, материальным и финансовым ресурсам. Текущий контроль осуществляется, когда работа уже идет и обычно производится в виде контроля работы подчиненного его непосредственным начальником. Заключительный контроль осуществляется после того, как работа закончена или истекло отведенное для нее время.

25. Понятие «стратегия» и «тактика» управления.

«Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям». «Стратегия организации – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей». По своему существу

стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Она включает общие принципы, на основе которых менеджеры данной организации могут принимать взаимоувязанные решения, призванные обеспечить координированное и упорядоченное достижение целей в долгосрочном периоде. Тактика – это краткосрочная стратегия для достижения цели, разрабатываемая обычно на уровне руководителей среднего звена. Характеристика тактики: Тактику разрабатывают в развитие стратегии; В то время как стратегия почти всегда разрабатывается на высших уровнях руководства, тактика вырабатывается на уровне руководителей среднего звена; Тактика рассчитана на более короткий отрезок времени, чем стратегия; В то время как результаты стратегии не могут быть полностью обнаружены в течение нескольких лет, тактические результаты, как правило, проявляются очень быстро и легко соотносятся с конкретными действиями.

26. Сущность стратегического управления и его задачи.

Стратегическое управление ориентация на решение долгосрочных задач, разработку долгосрочных планов, управление ресурсами и большими массами товаров. Стратегическое управление является непрерывным процессом. После того как стратегии внедрены, необходимо их отслеживать и производить в определенные периоды оценку их реализации. Этапы стратегического управления: 1) стратегический анализ (оценка ключевых воздействий на нынешнее и будущее положение организации), 2) стратегический выбор (какие направления стратегического развития кажутся наиболее приемлемыми), 3) реализация стратегии (претворение в жизнь той стратегии, которой намерено придерживаться руководство).

27. Типы организационных структур.

1) Линейная организационная структура управления - это наиболее распространенный тип иерархической (бюрократической) структуры. Многоуровневая иерархическая система управления, в которой вышестоящий руководитель осуществляет единоличное руководство подчиненными ему нижестоящими руководителями, а нижестоящие руководители подчиняются только одному лицу - своему непосредственному вышестоящему руководителю. 2) Функциональная структура управления - этот принцип предполагает, что структура будет формироваться на основе разделения организации по характеру деятельности подразделений. То есть, управление происходит для каждого ресурса отдельно: чело-веческий ресурс управляется кадро-вой службой, научный — инноваци-онной, отдельно существуют финан-совые, бухгалтерские, маркетинговые отделы, служба безопасности и так далее. 3) Дивизиональные (дивизионные) структуры управления - этот принцип построения оргструктуры используется на предприятиях и в организациях, имеющих широкий профиль выпускаемой продукции или распределенных географически. 4) Матричная структура своеобразным компромиссом между проектной и линейно-функциональной структурой являются матричные структуры, и объединяет в себе их преимущества. Такая структура представляет собой сетевую структуру, построенную на принципе двойного подчинения исполнителей.

28. Понятие «управленческое решение», его значение и определение

Под решением понимается выбор альтернативы. Управленческим решением является выбор альтернативы в процессе реализации основных функций управления. Управленческое решение – это, прежде всего, творческое и волевое воздействие субъекта управления, основанное на знании объективных законов функционирования управляемой системы и анализе управленческой информации о ее состоянии, направленное на достижение поставленных целей. Управленческому решению присущи как черты, свойственные всем решениям, принимаемым человеком независимо от сферы деятельности (наличие выбора осознанного и целенаправленного), так и особенные черты, характерные именно для решений, принимаемых в процессе управления.

29. Основные этапы процесса разработки и принятия управленческих решений.

Процесс принятия решения – циклическая последовательность действий субъекта управления, направленных на разрешение проблем организации и заключающихся в анализе ситуации, генерации альтернатив, выборе из них наилучшей и ее реализации. Этапы процесса: 1) анализ ситуации; 2) идентификация проблемы; 3) определение критериев выбора; 4) разработка альтернативы; 5) выбор наилучшей альтернативы; 6) согласование решения; 7) управление реализацией; 8) контроль и оценка результатов.

30. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений.

Основные факторы: 1) личностные оценки руководителя; 2) культурные различия; 3) информационные ограничения; 4) временные ограничения; 5) поведенческие ограничения; 6) взаимосвязь решений; 7) фактор сложности; 8) перспективность действия решения; 9) фактор финансовых вложений и анализа финансовых вложений; 10) экономическая целесообразность принятия решения; 11) учет других видов эффекта; 12) степень риска.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Деловая игра «Курица»

1. Тема (проблема): Разработка бизнес-модели для вновь создаваемого бизнеса.
2. Концепция игры: «У вас есть курица. Создайте бизнес. Для описания бизнеса используйте шаблон бизнес-модели Александра Остервальдера».
3. Роли: предприниматель, аналитик, интегратор
4. Ожидаемый результат: студенты отрабатывают навыки генерации идей для создания бизнеса, определения целевой аудитории, ценностного предложения для нее, учатся заполнять шаблон бизнес-модели Александра Остервальдера.

Ключи (ответы) на выполнение заданий деловой игры:

Оценочный лист деловой игры:

Критерий оценки	Максимальное количество баллов	Полученная оценка
Инновационность предложенной идеи	5	
Степень проработки материала (заполнения шаблона Остервальдера)	5	
Самопрезентация участников команды и результатов их работы	5	
Активность команды во время групповой работы	5	
Аргументированность ответов с целью защитить выдвинутую позицию	5	
Активность команды как оппонента при обсуждении вариантов других команд	3	
Соблюдение регламента презентации результатов	2	
Итого:	30	

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с	85-76

	пониманием проблемы, нет.	
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

3. Кейс-задачи

Задание №1. Кейс-задача: «Стратегический анализ организации».

Для выполнения задания необходимо самостоятельно выбрать организацию. Далее необходимо:

- Дать характеристику выбранной компании.
- Провести PEST-анализ макросреды организации.
- Провести анализ 5FP.
- Провести анализ внутренней среды компании и VRIO-анализ.
- Выполнить SWOT-анализ.
- Сделать выводы.

Задание № 2. Кейс-задача: «Анализ организационной структуры».

Для выполнения задания необходимо самостоятельно выбрать организацию. Далее необходимо:

- 1) Дать характеристику выбранной компании.
- 2) Изобразить схему организационной структуры компании, определить тип организационной структуры.

3) Описать и проанализировать организационную структуру по основным параметрам:

- Формализация
- Специализация
- Иерархия власти
- Централизация
- Профессионализм сотрудников
- Соотношение групп персонала

4) Выявить основные контекстные характеристики организации:

- Цели и стратегию
- Размер / стадию жизненного цикла
- Используемые технологии
- Организационную культуру
- Внешнюю среду

4) Проанализировать степень соответствия контекстных и структурных характеристик организации. На основе этого анализа выделить проблемные моменты и предложить возможные пути их решения.

Задание № 3. Кейс-задача: «Составление бизнес-модели организации»

Для выполнения задания необходимо самостоятельно выбрать организацию. Далее необходимо:

- 1) Дать характеристику выбранной компании.
- 2) Проанализировать бизнес-идею компании.
- 3) Описать бизнес компании, используя шаблон бизнес-модели Александра Остервальдера.
- 4) Сделать выводы.

Ключи (ответы) на кейс-задачу:

Оценочный лист кейс-задачи:

Критерий оценки	Максимальное количество баллов	Полученная оценка
1. Научно-теоретический уровень выполнения кейс-задания	5	
2. Полнота решения кейса.	5	
3. Степень творчества и самостоятельности в подходе к	5	

анализу кейса и его решению. Доказательность и убедительность.		
4. Форма изложения материала (свободная; своими словами; грамотность устной или письменной речи) и качество презентации.	5	
5. Культура речи, жестов, мимики при устной презентации.	2	
6. Полнота и всесторонность выводов.	5	
7. Наличие собственных взглядов на проблему.	3	
Итого:	30	

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Наименование дисциплины»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Наименование дисциплины» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

1. Банк тестовых заданий

1. Какой принцип управления по А. Файолю означает «получение распоряжений и отчет только перед одним непосредственным начальником»?

- a) разделения труда;
- b) единоначалия;
- c) централизации;
- d) стабильности персонала.

2. Основной характеристикой организации как открытой системы является:

- a) обмен ресурсами с внешней средой;
- b) способность адаптировать методы ведения бизнеса к меняющимся условиям внешнего окружения;

- c) сильное лидерство;
- d) правильный подбор персонала.

3. Выберите утверждение, которое характеризует сущность административной школы управления.

a) Представители административной школы занимались разработкой подходов к совершенствованию управления организацией в целом. Целью административной школы было создание универсальных принципов управления.

b) Административная школа управления своей главной целью ставила разработку чётких административных регламентов управления, охватывающих все уровни иерархии управления, документирование и бюджетирование деятельности организации.

c) Представители административной школы управления положили начало системному подходу к управлению, в соответствии с которым организацию рассматривали как открытую сложную социальную систему взаимодействующих факторов внешней и внутренней среды.

d) Целью административной школы управления являлось изучение факторов, воздействующих на поведение работников в организации и взаимоотношения сотрудников и администрации. Были сделаны выводы о влиянии.

4. Выберите утверждение, которое характеризует процессный подход к управлению.

a) Процессный подход основывается на положении о том, что все функции управления зависят друг от друга и представляют собой процесс или серию непрерывных взаимосвязанных действий.

b) Управление должно стать системой, основанной на определенных научных принципах, должно осуществляться специально разработанными методами и мероприятиями.

c) В организационных процессах разного рода (в природе, обществе, технике) есть много общего. А раз так, то могут быть выделены принципы, открыты законы,

свойственные любым организационным процессам и связанным с ними процессам управления в разных сферах.

d) Существует необходимость отеческой заботы об интересах работников, «социального партнерства» в процессе трудовых отношений. Формальный управленец должен стремиться к тому, чтобы стать неформальным лидером.

5. В системе управления организацией – субъект управления – это...

- a) управляющая подсистема;
- b) управляемая подсистема;
- c) финансовая подсистема;
- d) связующая подсистема.

6. Управление, как информационный процесс представляет собой:

- a) передачу информации подчиненным;
- b) получение информации от подчиненных;
- c) получение информации из объекта управления и передачу информации в

объект управления;

d) кругооборот информации между управляющей системой и объектом управления или внешней средой.

7. Когда, согласно теории жизненных циклов И. Адизеса, организация достигает стадии «расцвета»?

- a) Когда она достигла в своей деятельности «точки безубыточности».
- b) Когда она достигла баланса между гибкостью и контролем.
- c) Когда в компании окончательно выстраивается система управления.
- d) Когда компания имеет возможность поглощать другие компании и

осваивать глобальные рынки.

8. Какие роли руководителя по И. Адизесу и Г. Минцбергу связаны с мотивацией персонала, созданием атмосферы сотрудничества:

- a) производитель результатов и главный руководитель;
- b) предприниматель и связующее звено;
- c) интегратор и лидер;
- d) администратор и распределитель ресурсов.

9. По выдержке из должностной инструкции директора по производству определите роли руководителя по Г. Минцбергу, которые соответствуют приведённым должностным обязанностям: «Директор по производству.... Подготавливает конкретные программы развития и реструктуризации предприятия, анализирует возможность финансового обеспечения программ. Устанавливает приоритеты бюджетирования и проводит мониторинг расходов для обеспечения гарантий финансовой стабильности реализуемых программ.

- a) предприниматель, распределитель ресурсов;
- b) лидер, ответственный за отсутствие сбоев в работе;
- c) администратор, предприниматель;
- d) предприниматель, производитель результатов.

10. Основные функции управления это...

- a) планирование, контроль;
- b) планирование, организация, мотивация, контроль, координация;
- c) организация, мотивация;
- d) организация, мотивация, контроль.

11. Целью планирования деятельности организации является:
 - a) обоснование затрат;
 - b) обоснование сроков;
 - c) определение целей, сил и средств;
 - d) обоснование численности работников;
12. Контроль – это:
 - a) средство заставить подчинённых делать то, что им не нравится;
 - b) средство обеспечения достижения целей организации;
 - c) действие руководителя, исполняемое по его желанию.
13. Функция «контроль» включает в себя:
 - a) определение ресурсов;
 - b) определение и выбор целей организации;
 - c) отбор, обучение кадров;
 - d) установление стандартов, сравнение выполненной работы со стандартами.
14. Определите назначение стратегического анализа в процессе стратегического управления. Выберите верный вариант:
 - a) Определение факторов, которые представляют угрозу для текущей стратегии организации и факторов, которые представляют больше возможностей для достижения целей организации.
 - b) Контроль, оценка и корректировка хода реализации стратегии.
 - c) Оценка требований и удовлетворённости потребителей и других заинтересованных сторон деятельностью организации.
 - d) Мониторинг и анализ ключевых показателей эффективности бизнес-процессов организации.
15. Нарушения принципа единоначалия характерно для:
 - a) линейной структуры управления;
 - b) матричной структуры управления;
 - c) функциональной структуры управления;
 - d) дивизиональной структуры управления;
 - e) линейно-функциональной структуры управления.
16. Канал связи, как элемент коммуникационного процесса, – это:
 - a) информация, закодированная определенным образом с помощью символов;
 - b) средство передачи информации;
 - c) лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее;
17. Обратная связь, как элемент коммуникационного процесса, — это:
 - a) реакция получателя на сообщение отправителя;
 - b) информация, закодированная определенным образом с помощью символов;
 - c) средство передачи информации;
 - d) лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.
18. Власть, при которой подчиненный верит, что руководитель имеет возможность удовлетворить его основные потребности:
 - a) законная административная (полномочия);
 - b) экспертная;
 - c) основанная на вознаграждении;

- d) власть примера (харизма);
 - e) власть, основанная на принуждении.
19. Выберите состав элементов подповерхностного уровня организационной культуры в соответствии с подходом Эдгара Шейна:
- a) внешние факты организационной культуры, в том числе архитектура, использование пространства и времени, наблюдаемое поведение, язык, манера общения, мифы и истории, связанные с организацией, внешние ритуалы и церемонии;
 - b) ценности организации, определяющие принципы и стандарты поведения, принятые членами общества; под установками подразумеваются действия, чувства и мысли, обусловленные этими ценностями;
 - c) совокупность субкультур и контркультур, существующих в организации;
 - d) социальная структура, язык, способы коммуникации, религия, ценности и установки.
20. Выберите признаки неформальной группы (несколько вариантов ответа):
- a) основная функция – выполнение конкретных задач и достижение определенных, конкретных целей организации;
 - b) спонтанное образование (взаимные симпатии, общность интересов, увлечения);
 - c) выраженный лидер;
 - d) оказание существенного влияния на поведение членов группы;
 - e) задачи и функции группы описаны в соответствующих документах.

Ключи (ответы) к тестам:

№ вопроса	Правильный ответ	№ вопроса	Правильный ответ
1	В	11	С
2	В	12	В
3	А	13	Д
4	А	14	А
5	В	15	В
6	С	16	В
7	В	17	А
8	С	18	С
9	А	19	В
10	В	20	В, С, D

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий,	100 - 86

	использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Теория менеджмента»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Управленческая экономика»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки: очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управленческая экономика»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика».....	5
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управленческая экономика»	14
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управленческая экономика».....	16

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управленческая экономика»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Результаты обучения	Оценочные средства		
				текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел I. Предмет, цель и междисциплинарная специфика управленческой экономики.	ОПК-1.1; ОПК-2.1	Знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач в профессиональной сфере	конспект (ПР-7);	Рейтинг-план (0-20%)	
			умеет на практике использовать типовые методики управления рисками	конспект (ПР-7);		
2	Раздел 2. Анализ потребительского поведения и спроса		знает типовые методики качественной и количественной оценки рисков	конспект (ПР-7); контрольная работа (ПР-2)		Рейтинг-план (0-20%)
			умеет применять системный подход для осуществления критического анализа проблемной ситуации	контрольная работа (ПР-2)		
3	Раздел 3. Выработка эффективного управленческого решения		знает методы дерева решений и методы теории игр.	конспект (ПР-7);	Рейтинг-план (0-20%)	
			умеет использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.	контрольная работа (ПР-2)		
4	Раздел 4. Анализ производства и управление прибылью		Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	конспект (ПР-7); тест ПР-1;	Рейтинг-план (0-20%)	
			умеет применять системный подход для осуществления критического	конспект (ПР-7);		

			анализа.	тест ПР-1;	
5	Раздел 5. Управление и экономическая оценка инновации		знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории.	конспект (ПР-7); тест ПР-1	Рейтинг-план (0-20%)
			Умеет применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа	конспект (ПР-7); тест ПР-1	
Итого					100%

Текущий контроль. Предусматривает учет посещения студентами занятий в течении периода обучения и оценку своевременности и качества выполнения студентами практических заданий и самостоятельных работ.

Итоговый контроль. Предусматривает рейтинговую оценку по учебной дисциплине в течении семестра в процессе обучения.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управленческая экономика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика» проводится в форме контрольных мероприятий (контрольной работы, теста, конспекта) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

Задания для проведения практических занятий (в том числе контрольных работ)

Кейсы

Кейс задание 1

Рекламному агентству необходимо составить оптимальную рекламную кампанию на телевидении для своего клиента. Клиент в своей рекламной кампании хочет достичь трех целей (перечислены в порядке убывания значимости):

- 1) рекламу должны увидеть, по крайней мере, 65 млн. мужчин с высоким уровнем дохода (ВУМ – условное обозначение),
- 2) рекламу должны увидеть, по крайней мере, 72 млн. женщин с высоким уровнем дохода (ВУЖ),
- 3) рекламу должны увидеть, по крайней мере, 70 млн. людей с низким уровнем дохода (НУЛ).

Агентство может купить время для показа рекламных роликов в нескольких типах телепрограмм: в спортивных шоу, в развлекательных шоу, в новостях, во время показа комедийных фильмов, драм и во время показа сериалов. На рекламную кампанию может быть потрачено не более 800 тыс. руб. Стоимости размещения рекламных роликов и охват потенциальной аудитории (в млн. человек) за одну минуту рекламного ролика в каждом типе телепрограмм представлены в таблице.

Таблица – Стоимости и охваты аудиторий по типам программ

Тип телепрограммы	ВУМ, млн. чел.	ВУЖ, млн. чел.	НУЛ, млн. чел.	Стоимость, тыс. руб.
Спортивные шоу	7	4	8	120,0
Развлекательные шоу	3	5	6	40,0
Новости	6	5	3	50,0

Комедийные шоу	4	5	7	40,0
Драма	6	8	6	60,0
Сериал	3	4	5	40,0

Кроме того, в рамках своей рекламной стратегии клиент требует, чтобы, по крайней мере, два рекламных ролика были размещены в спортивных шоу, в новостях и показах драм. Обязательным является условие, чтобы в каждом из типов телепрограмм было размещено не более 10 рекламных роликов. Целью работы агентства является нахождение плана рекламной компании, который удовлетворял бы всем целям клиента и требовал минимальных затрат

Можно ли достичь всех целей, поставленных клиентом, в рамках существующего бюджета.

Кейс задание 2

Небольшое литейное предприятие (специализация - производство отливок по заказу) имеет проблемы со старой печью, которая полностью амортизирована, но может быть продана за 6 тыс. долл. Но необходимо срочно принять решение – модифицировать ли старую печь или купить новую современную с характеристиками, которые не может обеспечить модификация. Решение осложняется тем, что в ближайшие три года в печной технологии ожидается прорыв. При этом шансы радикального усовершенствования печи примерно через три года составляют 40%. Если новая печь действительно появится, то вероятность того, что она превратит все существующие модели в неконкурентоспособные, равна 0,9, вероятность того, что это будут лишь незначительные улучшения – 0,1.

Стоимость модификации старой печи составляет 3 тыс. долл. а стоимость существующей модели равна 25 тыс. долл. В любом случае печь будет в течение 8 лет эксплуатироваться, после чего её продадут. В таблице приведены предполагаемая экономия за год и ликвидационная стоимость при трёх условиях (состояниях экономики):

N1 – отсутствие технологического прорыва,

N2 – разработана новая печь, которая делает все ранее разработанные печи устаревшими,

N3 - разработана новая печь, но она обеспечивает лишь незначительную экономию.

Таблица базируется на периоде эксплуатации обеих печей, составляющем 8 лет:

Таблица – Исходные данные для анализа

Состояние	Покупка новой печи		Модификация старой печи	
	Экономия за год, долл.	Ликвидационная стоимость, долл.	Экономия за год, долл.	Ликвидационная стоимость, долл.
N1	6000	8000	2000	4000
N2	2000	2000	1000	2000
N3	3000	4000	1000	3000

Для предприятия имеется еще одна альтернатива. Если новый тип печи будет разработан через три года, то модифицированная старая печь может быть продана к тому времени за 9 тыс. долл., а совершенно новая печь может быть куплена, по оценкам, за 45 тыс. долл. Имеется вероятность в 0,9 состояния N2, в случае которого печь может обеспечить экономию в 13 тыс. долл. ежегодно и стоить 20 тыс. долл. в конце 5-го года. Имеется вероятность в 0,1 состояния N3, в случае которого печь может обеспечить экономию только в 8 тыс. долл. ежегодно и стоить 15 тыс. долл. в конце 5-го года. Если новая печь будет куплена сейчас, то она будет эксплуатироваться 8 лет независимо от новых разработок.

Используйте дерево решения для определения того, следует ли модифицировать старую печь или купить новую современной модели.

Кейс задание 3

Страны А и В производят подсолнечное и кукурузное масло. Внутренний рынок страны А имеет предельную норму замещения между подсолнечным и кукурузным маслом, равную 250 л подсолнечного масла за 110 л кукурузного. Внутренний рынок страны В имеет предельную норму замещения между подсолнечным и кукурузным маслом, равную 200 л подсолнечного масла за 90 л кукурузного. Имеет ли смысл для обеих стран обмениваться подсолнечным и кукурузным маслом. Если да, то чем следует торговать.

Кейс задание 4

Руководство корпорации, торгующей автомобилями, запчастями и принадлежностями, разрабатывает модель оценки годового объема продаж для каждого региона страны. Менеджер по сбыту предложил использовать две переменные: текущее количество розничных продаж в каждом регионе и количество автомобилей, зарегистрированных в каждом регионе (данные в таблице). Дайте оценку прогнозируемому уравнению (уравнение получить с помощью программы Excel, тестировать уравнение на основании полученного решения).

Таблица – Данные для регрессионного анализа

Регион	Объем продаж за год, млн. долл. Y	Количество розничных продаж на рынке сбыта, X1	Количество зарегистрированных автомобилей, млн. ед. X2
1	52,5	1780,0	21,5
2	24,6	2470,0	20,2
3	18,5	450,0	6,1
4	15,6	440,0	11,5
5	32,2	1650,0	9,2
6	45,0	2102,0	10,6
7	33,0	2305,0	18,9
8	3,6	121,0	4,3
9	34,7	1801,0	9,1

Кейс задание 5

Владелец небольшого пункта проката автомобилей пытается выбрать подходящее количество автомобилей и механиков для использования в бизнесе при текущем уровне рабочего процесса. Он понимает, что выбирает между двумя альтернативами. Его прошлый опыт показал, что компромисс выглядит примерно следующим образом.

Таблица – Соотношение между автомобилями и механиками

Автомобили	Механики

100	2,5 (включая одного работника, занятого неполный рабочий день)
70	5
50	10
40	15
35	25
32	35

Покажите графически оптимальную комбинацию ресурсов. Проиллюстрируйте эту задачу, используя график.

Кейс задание 5

Один из владельцев бизнеса хочет продать свою долю. Два его компаньона хотят ее купить, но не могут заплатить всю сумму сразу. Один предлагает 150 тыс. долл., причем он будет выплачивать 12% годовых ежегодно, а полную сумму долга в 150 тыс. долл. вернёт в конце 8-го года. Другой предлагает 125 тыс. долл., с оплатой полной суммы долга в конце 5-го года и выплатой 12% годовых. Кроме них сторонний бизнесмен предложил 120 тыс. долл., причем 30 тыс. долл. он может выплатить сразу, а остальное – в конце 4-го года. Его предложение также предусматривает выплату 12% годовых с оставшейся суммы на протяжении 4-х лет. [1]Какое предложение самое выгодное?[1]Если процентная ставка вместо 12% составит 8%, то как это отразится на чистой стоимости каждого предложения?

Требование к представлению материалов: оригинальность и полнота ответа на открытые вопросы, логика изложения ответа. Для расчетов – приведение полного алгоритма расчета, всех этапов решения задач. Аргументирование ответов.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией	100 - 86

	соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.	
базовый	Студент показывает знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Студент показывает фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	75-61
уровень не достигнут	Студент показывает незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

Темы для докладов/презентаций

1. Экономическая теория и управленческая экономика.
2. Управленческая экономика в международном аспекте
3. Экономическая и социальная роль предприятия в обществе.
4. Модели поведения предприятия – российский аспект.
5. Модели управленческого поведения – российский опыт
6. Выработка управленческого решения в условиях определенности.
7. Выработка управленческого решения в условиях неопределенности.
8. Концепция риска, виды риска и управление им.
9. Метод «дерево решений» в принятии управленческих решений.
10. Исследование потребительского поведения.
11. Эффективность рекламы в продвижении товара на рынок.
12. Мотивы и факторы поведения потребителя.
13. Практическое применение ценой эластичности спроса.
14. Рыночное равновесие, государственное воздействие на рыночное равновесие.
15. Теории прибыли.
16. Деятельность фирмы в краткосрочном периоде, закон убывающей отдачи.
17. Управление расширением производства, эффект масштаба.
18. Издержки производства в краткосрочном и долгосрочном периоде.
19. Эффект опыта: понятие и содержание, закон опыта, практическое применение.
20. Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции.
21. Принятие решения о ценах и объемах производства в условиях несовершенной конкуренции.
22. Методы оценки стоимости капитала.
23. Экономический анализ эффективности инвестиций.
24. Тенденции государственного дерегулирования и приватизации в России.
25. Глобализация и управление транснациональной компанией.

Требование к представлению материалов: оригинальность и полнота ответа на открытые вопросы, логика изложения ответа. Аргументирование ответов. Представление устного ответа без чтения текста, полный и раскрытый устный ответ.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
------------------	--------------------------------------	---------------

повышенный	Студент представляет прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Студент представляет ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Студент представляет ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Студент представляет обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы,	60-0

	<p>слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	
--	---	--

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управленческая экономика»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управленческая экономика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Вопросы к экзамену

1. Понятие и предмет управленческой экономики.
2. Анализ основных концепций фирмы: технологическая, контрактная и стратегическая концепции фирмы.
3. Цели фирмы и принятие оптимальных решений.
4. Алгоритм и значение маржинального анализа (анализа по предельным показателям) в работе управленца.
5. Микро-, макро- и мезасреда функционирования организации.
6. Производственная функция, издержки производства и доход фирмы.
7. Конкуренция и типы отраслевой политики.
8. Экономическое поведение фирмы на конкурентных рынках в краткосрочном и долгосрочном периодах.
9. Экономическое поведение фирмы на монополистических рынках.
10. Экономическое поведение фирмы на олигополистических рынках.
11. Экономическое поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.
12. Понятие спроса и предложения и факторы на них влияющие.
13. Рыночное равновесие.
14. Эластичность спроса и предложения.
15. Механизмы влияния государства на спрос и предложение в экономике.
16. Оценка стоимости капитала фирмы.
17. Понятие, состав и структура основных средств компании.
18. Оценка, износ и амортизация основных фондов.
19. Показатели и анализ использования основных фондов фирмы.
20. Понятие, классификация, состав и структура оборотных средств организации.
21. Нормирование оборотных средств компании. Стоимостная оценка учета и списания материальных запасов.
22. Показатели использования оборотных средств.
23. Порядок формирования себестоимости организации.
24. Безубыточный объем производства фирмы. Операционный рычаг.
25. Прибыль как финансовый результат деятельности организации. Механизм ее распределения и использования.
26. Доходность фирмы и методы её определения.

27. Производственный процесс и его составляющие. 28. Производственный цикл, производственная мощность, производственное расписание.
29. Теория игр и асимметричная информация при принятии фирмами решений о ценах и объемах производства.
30. Анализ зоны деятельности организации и ее имущественного состояния.
- 31 Анализ рентабельности текущей деятельности организации.
32. Анализ эффективности использования капитала организации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управленческая экономика»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Бизнес-исследования»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Бизнес-исследования»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Бизнес-исследования»	10
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Бизнес-исследования»	16
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес-исследования»	19
Приложение 1 (справочное)	20

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Бизнес-исследования»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел №1 Организация бизнес-исследований	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает лучшие российские и зарубежные практики исследований, инновационные подходы в сфере управления бизнесом; основные теоретические концепции бизнес-исследований	УО-4	
			Умеет критически анализировать исследовательские практики управления в сфере бизнеса	ПР-11	
			Владеет основными теоретическими концепциями бизнес-исследований	ПР-11	
		ОПК-1.3 Анализирует бенчмарки отраслевых лидеров при решении профессиональных задач	Знает отраслевых лидеров бизнеса	УО-4	
			Умеет оценивать отраслевых лидеров с позиции эффективности решаемых профессиональных задач	ПР-11	

			Владеет навыками сравнительного анализа отраслевых лидеров при решении профессиональных задач	ПП-11
2	Раздел №2 Методы проведения бизнес-исследований, обработки и анализа данных	ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает методы и средства сбора информации по исследуемой проблеме, в том числе в страновом и региональном разрезе	УО-4
			Умеет обосновывать актуальность и практическую профессиональную значимость информации для проведения бизнес-исследований и управления, в том числе в страновом и региональном контексте	ПП-11
			Владеет методами и средствами анализа и обработки информации по исследуемой проблеме, в том числе в страновом и региональном разрезе	ПП-11
		ОПК-2.3 Применяет разнообразные техники количественных и качественных исследований (парсеров, сервисов цифровой аналитики и проч.) для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия	Знает разные способы сбора и обработки информации о внешней и внутренней среде предприятия при решении управленческих и исследовательских задач	УО-4
			Умеет обосновывать условия применения методов количественных и качественных исследований для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия	ПП-11

	Владеет методами и инструментами количественных и качественных исследований (парсеров, сервисов цифровой аналитики и проч.) для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия	ПП-11
ОПК-3.1 Анализирует международные тенденции, принимает компетентные управленческие решения, продвигая интересы России и российского бизнеса на мировой арене	Знает приоритетность продвижения интересов российского бизнеса на мировой арене в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	УО-4
	Умеет выявлять международные тенденции в развитии бизнеса в условиях сложной (в том числе кросскультурной) и динамичной среды	ПП-11
	Владеет навыками разработки компетентных управленческих решений с учетом международных тенденций, интересов России и российского бизнеса на мировой арене в условиях сложной (в том числе кросскультурной) и динамичной среды	ПП-11

<p>ОПК5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами</p>	<p>Знает требования к организации прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса, его основные этапы</p>	УО-4
	<p>Умеет критически оценивать и обобщать результаты научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами, с точки зрения соответствия поставленным исследовательским задачам</p>	ПР-11
	<p>Владеет навыками разработки дизайна, планов прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса</p>	ПР-11
<p>ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса</p>	<p>Знает требования к подготовке аналитических материалов (докладов, презентаций) по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса</p>	УО-4
	<p>Умеет делать выводы по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса</p>	ПР-11

	Владеет навыками формирования перечня рекомендаций по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	ПП-11
ОПК-5.3 Интегрирует научные достижения в менеджменте, маркетинге в практику принятия решений	Знает о роли внедрения научных достижений в практику принятия решений в менеджменте, маркетинге и другие смежные области	УО-4
	Умеет критически оценивать практику внедрения научных достижений в менеджменте, маркетинге при принятии решений в бизнесе	ПП-11
	Владеет навыками принятия управленческих решений на основе научных достижений в менеджменте, маркетинге и других смежных областях	ПП-11
ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических,	Знает стратегии, методы и инструменты исследования, критерии их выбора для обоснования управленческих решений, построения экономических, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	УО-4

		финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Умеет оценивать обоснованность управленческих решений и экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей с учетом их адаптации к конкретным задачам управления	ПП-11
			Владеет навыками проведения самостоятельных исследований с использованием количественных и качественных методов исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПП-11
		ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании	Знает методы определения новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	УО-4
			Умеет анализировать современные тренды в разных областях профессиональной деятельности	ПП-11
			Владеет навыками разработки направлений развития компании на основе прогнозирования будущего	ПП-11
3	Раздел №3 Представление результатов бизнес-исследований	ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента,	Знает требования к подготовке аналитических материалов (докладов, презентаций) по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	УО-4

		маркетинга, российского и международного бизнеса	Умеет делать выводы по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	ПР-11	
			Владеет навыками формирования перечня рекомендаций по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	ПР-11	
4	Экзамен				УО-1

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Бизнес-исследования»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Бизнес-исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Бизнес-исследования» проводится в форме контрольных мероприятий (круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, кейс-задачи) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Перечень тем для проведения семинаров-дискуссий:

1. Эволюция развития бизнес-исследований.
2. Как перевести бизнес-задачу в исследовательскую
3. Бизнес-задача- что нужно сделать для достижения конкретной задачи бизнеса, выраженной в изменении конкретного измеримого показателя
4. Категорийный аппарат исследования, программа исследования системы управления, методика исследования системы управления.
5. Как определить решения, которые надо принять для выполнения задачи
6. Типы исследований и сферы применения в бизнесе
7. Кто спонсирует бизнес-исследования
8. Исследования как часть бизнес-процесса

Требования к представлению материалов:

Перечислить

Ключи (ответы) на вопросы для семинаров-дискуссий:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении	85-76

	<p>смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы</p>	
пороговый	<p>Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы</p>	75-61
уровень не достигнут	<p>Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.</p>	60-0

2. Кейс-задачи

Задание (я):

С середины 1990-х Лев Загойти занимался поставками продовольствия и искал нишу, где у него не было бы конкурентов. Совершенно случайно в поисках подходящих товаров для военных узнал о существовании сублимационных продуктов. Идея производства сублиматов показалась ему очень перспективной, и вот уже восемь лет созданная им компания «Галактика инк» – единственный в России производитель таких продуктов. Сублимация – высушивание продуктов в температурном режиме, позволяющем сохранить их полезные свойства. Они сначала быстро, в «шоковом» режиме, замораживаются, а потом помещаются в сублиматор, где путем вакуумной сушки содержащиеся в них кристаллы льда переходят сразу в газообразное состояние, минуя жидкую стадию. Обычная сушка происходит при температуре выше ста градусов – продукт после этого, по образному выражению Загойти, умирает. Сублиматы же сохраняют до 95% полезных свойств и не накапливают радиацию. Выглядят они непрезентабельно – порошок или гранулы, но после насыщения влагой восстанавливается исходный вкус, вид и даже цвет. Вес сублимированных изделий ничтожно мал: в среднем в шесть-семь раз меньше, чем исходных продуктов, а хранятся они от двух до пяти лет. При этом если ассортимент продуктов, которые можно высушить обычным способом, узок (например, сливочное масло при такой технологии просто растает), то сублимировать можно почти все. Эти свойства делают сублиматы незаменимыми для туристов, военных и даже для космонавтов. Себестоимость сублимированных продуктов заметно выше, чем обычных сушеных: на один килограмм готового продукта уходит 10-12 кг сырья, производство одного килограмма обходится в 250-300 руб. Вот и получается, что, к примеру, обычное сухое молоко стоит 50 руб. за килограмм, а сублимированное – все 400. Хотя изначально технология создавалась для военных нужд, Загойти мечтает существенно расширить сферу ее применения. Например, поставлять сублимированные овощи и фрукты в северные регионы, где их нельзя выращивать в силу климатических условий, обеспечивать молочными продуктами школы и детские учреждения там, где свежего молока недостаточно. И, конечно, самый очевидный способ повысить популярность сублиматов – торговать ими в розницу, как это уже происходит в Западной Европе и США. «Где-нибудь в США на полках супермаркетов лежат, к примеру, несколько видов мясли. И в числе самых дорогих – мясли с сублимированными ингредиентами. Их покупают, потому что люди там знают: сублимированные продукты полезнее обычных высушенных, и понимают, почему они дороже», – переживает Загойти. Пока основной потребитель сублиматов в России – производители продуктов быстрого приготовления: они добавляют сублимированные фрукты и ягоды в «моментальные» каши, а мясные продукты – во вторые блюда. Носители знания. До появления «Галактики» сублимационные технологии в России практически не развивались. Еще в советские годы сублимированные мясные продукты делали в Белоруссии, потом сублимационные аппараты были построены в Калужской области – позже их выкупила компания «Русский продукт». Впрочем, из-за дороговизны и низкой рентабельности от производства сублиматов в Калуге она отказалась. Так что принадлежащие «Галактике» заводы в Волгоградской и Мурманской областях – единственные на сегодня в России производители сублиматов. Они же, кроме того, единственные в стране носители уникальной технологии: в советские годы ассортимент сублимированных продуктов был крайне узким, а в «Галактике» его расширили до десятков наименований: супы, вторые блюда, омлеты с разными наполнителями. Овсяные каши быстрого приготовления здесь делают с десятками начинок, в том числе с необычными для моментальных каш брусникой, ежевикой или морошкой. Специально для туристов, альпинистов, военных наладили производство индивидуальных сухих пайков: в одном наборе весом меньше 400

г содержится дневное меню, включающее напитки и десерт. Все эти продукты производятся под торговой маркой «ГалаГала», зарегистрированной в 2003 году, для них разработана индивидуальная упаковка. Многие коробки продукции «Гала-Гала» украшает «иконостас» наград и медалей со специализированных выставок. Правда, несмотря на признание профессионалов, наладить розничную продажу у Загойти пока не получается. Неприступная розница. Объем производства заводов сублимированных продуктов у «Галактики» - 20 т в месяц (мощность фасовочной линии - до 1 млн упаковок в месяц), ежемесячный оборот - около 10 млн руб. Правда, среднегодовой показатель загрузки мощностей - 70%. Основная доля продукции делается под заказ. Примерно 25% производства – для армии (военным поставляются сублимированные молочные продукты: масло, сметана, сыр обычный и плавленый, творог, простокваша, молочный напиток), еще около 70% - сырье для других производителей продуктов быстрого приготовления. Уникальный ассортимент готовых блюд, разработанный в «Галактике», - только 5% объема производства. Что именно попадет в эти 5%, директор «Галактики» определяет сам, на свой страх и риск. В 2004 году Лев Загойти решил выйти в розничные сети - для начала с кашами, потом к ним добавились первые и вторые обеденные блюда - в общей сложности в продаже появилось больше 50 наименований. Коробки «ГалаГала» появились в «Седьмом континенте», «Патэрсоне», «Рамсторе», «Столице», «Мосмарте» и других сетях. На полках магазинов они оказались рядом с десятками других марок продуктов быстрого приготовления. Чтобы хоть как-то с ними конкурировать, «Галактика» вынуждена была установить сопоставимые цены. Например, оптовая цена упаковки овсяных каш (10 порций) - 52 руб. А упаковка супов, вторых блюд или омлетов (7 порций) стоит 154 руб. Загойти признается, что невысокие цены были назначены в ущерб рентабельности: ее средний показатель по готовым блюдам «Гала- Гала» в рознице не превышал 15%. В розничных сетях компания продержалась два года: высокая стоимость «входных билетов» и навязанные жесткие условия работы оказались ей не под силу. «Только за размещение на полках одного магазина с нас брали \$5-6 тыс., не считая стоимости «входных билетов», – сокрушается Лев Загойти. - Со всех поставок мы платили магазину определенный процент, даже с тех, что в итоге нам возвращались. А возвраты случались довольно часто, так как сети заказывали позиции, которые еще оставались у них на складах. Мы оказывались с товаром, чей срок годности близок к критическому, и ни один магазин его на реализацию уже не возьмет. Я понял, что работаю в минус». Примерно в тот же период компания пыталась наладить поставки товаров в другие регионы: с «Галактикой» работал десяток дистрибуторов. Большинство из них перестали сотрудничать с компанией, поскольку продукция не пользовалась спросом. Сейчас те самые 5% продукции «Галактики», которые делаются не под заказ, реализуются в московском торговом центре товаров для туристов и экстремального спорта «Экстрим» и через нескольких мелких дистрибуторов в регионах. Загойти признает, что ничто не мешает, к примеру, поднять цены на продукцию для существенного увеличения рентабельности. Но он не верит, что товар станет пользоваться спросом. «Люди не знают, что такое сублимированные продукты, – вздыхает Лев Загойти. – Часто они думают, что это какие-то БАД. Значит, мы не можем просто выставить продукцию на полки - мы должны потратить огромные силы на то, чтобы рассказать людям о нашей продукции, приучить их к ее большей пользе по сравнению с обычными продуктами быстрого приготовления». Тем не менее Загойти не оставляет мыслей снова попробовать выйти в розницу. Но теперь точно знает, что без специального опыта и навыков делать этого не стоит. Полагаться на наемного менеджера, как в первый раз, директор компании не хочет. В поисках хоть какого-то пути вывода своей продукции на рынок Лев Загойти предлагал даже наладить производство ассортимента «Галактики» под торговыми марками компаний-партнеров, производителей продуктов быстрого приготовления, чьи бюджеты на продвижение несопоставимы с его возможностями. «Я понимаю, почему эта идея никого не заинтересовала, – объясняет Загойти. – Если бы мы делали для них продукт целиком,

они стали бы полностью зависимы от нас». Получается, что нишу, в которой никого, кроме него нет, Загойти найти удалось, но эффективно использовать ее возможности и продвигать собственную торговую марку не выходит. Как вывести сублимированные продукты в розницу и поднять продажи? Проанализируйте ситуацию. Предложите варианты развития компании, используя сценарный метод исследования.

Ключи (ответы) на кейс-задачу:

Основные цели кейс-задачи - развитие умений:

- анализа сложных и актуальных проблем;
- осуществления продуктивной интеллектуальной деятельности в составе коллектива;

- вырабатывать нестандартные решения;
- письменного изложения собственных мыслей.

Порядок выполнения кейс-задач:

1. В процессе самостоятельной внеаудиторной деятельности студент индивидуально изучает и решает кейс-задачи в виде актуальных (сложных, спорных, неоднозначных) управленческих проблем.

2. По результатам деятельности каждый студент подготавливает письменный ответ.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по	75-61

	рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Бизнес-исследования»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Бизнес-исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Итоговый рейтинг студентов после завершения изучения дисциплины определяется суммой набранных баллов за рейтинговые мероприятия.

Шкала соответствия рейтинга по дисциплине и оценок

Менее 61%	неудовлетворительно
От 61% до 75%	удовлетворительно
От 76% до 85%	хорошо
От 86% до 100%	отлично

При индивидуальном графике обучения студента или ликвидации академической задолженности предусмотрен экзамен в устной форме. Перечень вопросов к экзамену и критерии выставления оценки по дисциплине в таких случаях представлены ниже.

1. Вопросы к экзамену

1. Понятия «научное исследование», «бизнес-исследование», «эмпирическое исследование»
2. Категории и понятия методологии, методов, инструментов бизнес-исследований
3. Общая характеристика количественной стратегии бизнес- исследований
4. Общая характеристика качественной стратегии бизнес- исследований
5. Особенности исследований в области менеджмента и предпринимательства
6. Количественная стратегия бизнес - исследований: парадигма, проблематика исследования, цели использования
7. Количественная стратегия исследований: методы, обработка результатов
8. Качественная стратегия бизнес-исследований: парадигма, проблематика исследования, цели использования
9. Качественная стратегия бизнес- исследований: методы
10. Методы качественных бизнес- исследований: кейс-метод
11. Методы качественных бизнес- исследований: метод глубинных интервью
12. Инструменты и технологии качественных бизнес- исследований
13. Обработка результатов качественных бизнес- исследований
14. Применение качественной стратегии в исследованиях в области менеджмента и предпринимательства
15. Опрос как метод исследований
16. Применение количественной стратегии в исследованиях в области бизнеса
17. Особенности представления дизайна и результатов качественных исследований
18. Особенности представления дизайна и результатов количественных исследований
19. Сущность исследования как вида деятельности

20. Цели, задачи, объект и предмет исследования управления
21. Бизнес-исследование как один из начальных этапов процесса управления
22. Проблемные ситуации в бизнесе
23. Понятие и принципы оптимизации управленческих решений
24. Конкретные методы исследования как методы, отражающие специфику, предмет и задачи объекта исследования
25. Конкретные методы изучения документов
26. Методы социологических исследований
27. Методы маркетинговых исследований
28. Метод экспертных оценок. Проблема отбора экспертов в состав экспертной группы
29. Методы отбора экспертов
30. SWOT - анализ: сущность, сферы применения, недостатки
31. Модификации SWOT-анализа: SNW-анализ, SMART-анализ
32. Метод мозгового штурма (мозговой атаки)
33. Экспериментальная группа и ее формирование
34. Полевые эксперименты
35. Анализ факторов, влияющих на результативность программы исследования
36. Границы исследования
37. План исследования

Ключи (ответы) к тестам:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61

уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0
----------------------	---	------

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес-исследования»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

(образовательная программа «Управление бизнесом»)

Форма подготовки: очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Принятие решений».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Принятие решений»	7
III. Текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине «Принятие решений».....	18
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Принятие решений».....	48
Приложение 1 (справочное).....	49

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Введение в курс. Общие положения индивидуального задания. Выбор объекта и предмета исследования индивидуального задания	ОПК-2.2. Анализирует и моделирует процессы управления с целью оптимизации деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	Знает современные техники и методики сбора данных для принятия управленческого решения	УО-1	-
			Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	УО-1	-
			Владеет навыками применения методов принятия управленческого решения для оптимизации и моделирования деятельности компании	УО-4	-
2	Тема 2. Общая характеристика объекта индивидуального задания	ОПК-2.2. Анализирует и моделирует процессы управления с целью оптимизации деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	Знает современные техники и методики сбора данных для принятия управленческого решения	УО-1	-
			Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	УО-4	-
			Владеет навыками применения методов принятия управленческого решения для оптимизации и моделирования деятельности компании	ПР-1	ПР-1
3	Тема 3. Анализ организационной структуры и компетенций органов управления компании	ОПК-2.2. Анализирует и моделирует процессы управления с целью оптимизации деятельности компании, включая	Знает современные техники и методики сбора данных для принятия управленческого решения	УО-1	-
			Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	УО-3	-

		современные цифровые системы и методы	Владеет навыками применения методов принятия управленческого решения для оптимизации и моделирования деятельности компании	ПР-1	-
4	Тема 4. Анализ стратегических, инновационных, производственных и оперативных планов компании	ОПК-4.3. Разрабатывает оптимальные стратегии развития бизнеса, планирует инновационные преобразования и реформы в области менеджмента на основе современных методов и матричных моделей	Знает основные этапы разработки, принятия и реализации стратегии развития бизнеса	УО-1	-
			Умеет разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса компании, а также инновационные направления деятельности в соответствующих им бизнес-модели компании	УО-3	-
			Владеет навыками оценки новых рыночных возможностей и разработки стратегии на основе современных методов и матричных моделей с использованием цифровых платформ	ПР-10	ПР-1
5	Тема 5. Выстраивание коммуникаций с партнерами, профессиональное общение и ведение переговоров	ОПК-3.2. Выстраивает коммуникации с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и результаты переговоров	Знает современные методики принятия обоснованных организационно-управленческих решений	УО-1	-
			Умеет оценивать организационно-управленческие решения в деятельности компании их операционную и организационную эффективность, социальную значимость	УО-4	-
			Владеет навыками выстраивания коммуникаций с партнерами, исходя из целей и ситуации профессионального общения, а также результатов переговоров	ПР-10	-
6	Тема 6. Организация проектной и процессной	ОПК-4.1. Владение навыками аргументированного	Знает современные техники и методики проектной и процессной деятельностью в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса	УО-1	-

	деятельности в компании с использованием современных практик принятия управленческих решений	убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса	Умеет использовать современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки, выявлять и оценивать новые рыночные возможности компании	УО-4	-
			Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса	ПР-1	ПР-1
7	Тема 7. Организация планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы принятия управленческих решений	ПК-3.4. Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей	Знает базовые положения и современные инструменты планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления	УО-3	-
			Умеет анализировать взаимосвязи между разнообразными данными о деятельности компании, с использованием цифровых платформ, с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	УО-2	-
			Владеет навыками принятия управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления компанией	ПР-10	-
8	Тема 8. Анализ применения методов принятия управленческих решений с использованием технологии SWOT-анализа	ОПК-4.2. Осуществляет контроль за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценивает их результативность	Знает систему контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений	УО-1	-
			Умеет оценить результативность выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании	ПР-2	-
			Владеет навыками руководства проектной и процессной деятельностью в компании с использованием современных практик управления и командной работы с использованием цифровых платформ	ПР-1	-

		ПК-2.5. Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	Знает базовые положения и современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	УО-3	-		
			Умеет искать требуемую информацию о состоянии макроэкономической бизнес-среды, путем обращения к разным информационным ресурсам	УО-2	-		
			Владеет навыками разрабатывать стратегии развития компании, проекта плана или программы, с указанием сроков, механизма реализации, ресурсного обеспечения и результатов для эффективного управления бизнес-процессами	ПР-10	ПР-1		
9	Тема 9. Разработка и обоснование предложений по совершенствованию деятельности в компании по применению методов и инструментов принятия управленческих решений. Публичная защита индивидуального задания	ОПК-3.3. Обосновывает организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и международного бизнеса, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности	Знает техники организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и международного бизнеса	УО-1	-		
			Умеет обосновывать организационно-управленческие решения в деятельности компании их операционную и организационную эффективность, социальную значимость	ПР-2	-		
			Владеет навыками самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их эффективность	ПР-1	-		
				ПК-3.2. Организует операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка	Знает методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельности компании	УО-3	-
					Умеет применять методы принятия решений в управлении операционной деятельностью компании в своей профессиональной деятельности	УО-2	-
					Владеет навыками операционной деятельности компании исходя из конкретных условий и потребностей рынка с использованием цифровых платформ; навыками	ПР-3	ПР-1

			обработки, представления и визуализации данных о структуре рынков и конкурентной среды отрасли		
	Экзамен	-	-	-	ПР-1

* Формы оценочных средств:

собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), деловая и/или ролевая игра (ПР-10).

II. Текущая аттестация по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Текущая аттестация магистрантов по дисциплине «Методы принятия управленческих решений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Методы принятия управленческих решений» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседования, доклада, сообщения, круглого стола, панельной дискуссии защиты практической работы, эссе, тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения магистрантов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования

Тема 1:

1. Дайте определение понятию «управленческое решение».
2. Назовите стадии процесса принятия управленческого решения.

Тема 2:

1. Дайте определение понятиям «управленческая проблема» и «управленческое решение».
2. Современные техники и методики сбора данных для принятия управленческого решения.

Тема 3:

1. Назовите классификационные признаки управленческих решений.
2. Сущность и содержание программно-целевого подхода к разработке и принятию управленческих решений.
3. Содержание управленческих решений в современных условиях деятельности организаций малого бизнеса.

Тема 4:

1. Роль целевой ориентации управленческих решений.
2. Перечислите известные Вам методы принятия управленческих решений в процессе диагностики проблем в деятельности компании.
3. Современных инструментов при реализации бизнес и организационных проектов.

Тема 5:

1. Выстраивание коммуникаций с партнерами, профессиональное общение и ведение переговоров.
2. Процесс обмена управленческой информацией между компанией и внешней средой.
3. Особенности индивидуального и группового принятия решений.

Тема 6:

1. Современные техники и методики проектной и процессной деятельностью в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса.
2. Особенности индивидуального и группового принятия решений.
3. Современные практики управления, лидерских и коммуникативных навыков в компании.

Тема 7:

1. Современные инструменты планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления.
2. Организация контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании.
3. Насколько эффективно привлекать внешних по отношению к компании консультантов.

Тема 8:

1. Количественные и качественные экспертные методы, применяемые при принятии управленческих решений.
2. Оценка результатов выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценивает их результативность.
3. Разработка стратегии как направление деятельности компании по применению методов принятия управленческих решений.
4. Методы анализа внешней и внутренней среды компании.

Тема 9:

1. Современные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельности компании.
2. Назовите количественные и качественные показатели оценки эффективности деятельности компании.
3. Обоснуйте роль прогнозирования в процессе принятия и обоснования управленческих решений.
4. Назовите особенности процедуры организации выполнения управленческих решений.

2. Вопросы для доклада, сообщения, круглого стола:

Тема 1 и 2:

1. Текущая ситуация и основным направления деятельности компании.
2. Характеристика структуры управления компанией.
3. Основные направления деятельности компании.

Тема 3:

1. Анализ состава и полномочий участников системы принятия решений в компании.
2. Составление матрицы ответственности руководителей системы принятия решений в компании.
3. Характеристика личности (ЛПР), влияющая на выбор альтернативы при принятии решений в компании.

Тема 4:

1. Анализ реализации стратегических, инновационных, производственных и оперативных планов деятельности компании.
2. Анализ применения современных инструментов при реализации бизнес и организационных проектов.

Тема 7:

1. Анализ организации планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления в компании.
2. Организация контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании.
3. Оценка результативности выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании.

Тема 9:

1. Организационное обеспечение и обоснование предложений по применению методов и инструментов принятия управленческих решений.
2. Разработка стратегических направлений по совершенствованию деятельности в компании по применению методов и инструментов принятия управленческих решений.
3. Разработка модели, проекта плана или программы по применению методов и инструментов принятия управленческих решений, с указанием сроков, механизма реализации, ресурсного обеспечения и результатов.

Требования к представлению материалов:

- глубина и полнота раскрытия сущности деятельности компании;

- объективность изложения содержания источников информации;
- последовательность в изложении;
- доступность, ясность излагаемого материала;
- умение заинтересовать;
- убедительность выступления;
- культура речи, четкость дикции, темп изложения;
- соблюдение регламента выступления;
- текст легко читается, фон сочетается с текстом и графическими файлами;
- логическая последовательность информации на слайдах;
- общее впечатление от просмотра презентации;
- уровень аргументации при ответе на вопросы.

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, круглого стола:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные учебной и научной литературы, статистические данные, сведения о компании. Магистрант знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Магистрант проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

3. Примерные темы эссе

Цель работы – оценить степень усвоения магистрами отдельных тем изучаемой дисциплины, умение решать конкретные практические задачи.

Эссе выполняется магистром самостоятельно и проходит обязательное рецензирование преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину.

Тема

1. Характеристика личности (ЛПР), влияющая на выбор альтернативы при принятии решений.

Тема

2. Роль руководителя организации и его влияние на процессы принятия управленческих решений в организации.

Тема

3. Внутриорганизационная информация в контексте принятия управленческих решений.

Тема

4. Процесс обмена управленческой информацией между организацией и внешней средой.

Тема

5. Информационные условия разработки и исполнения управленческих решений.

Тема

6. Сущность и виды ответственности руководителя при принятии решений.

Тема

7. Особенности индивидуального и группового принятия решений.

Требования к содержанию и структуре эссе

Опираясь на знания, полученные в процессе изучения дисциплины, выразить свое отношение или свой взгляд на деятельность в исследуемой компании.

Название темы выбирается магистром самостоятельно.

Написание эссе требует от магистранта самодисциплины, самоорганизации и самоотдачи. Это сложный и ответственный исследовательский процесс, который включает несколько этапов:

- 1) выбор темы эссе;
- 2) составление плана работы над эссе;
- 3) подбор литературы по избранной теме;
- 4) изучение и анализ литературы;
- 5) написание эссе;
- 6) оформление эссе;
- 7) представление эссе руководителю;
- 8) защита на зачете.

Сроки написания и защиты эссе определяются ведущим преподавателем. Выполненное и надлежащим образом оформленное магистром эссе не позднее 10 дней до зачета сдается на кафедру.

Магистр обязан учесть сделанные руководителем замечания, касающиеся существа, формы, содержания эссе и устранить недостатки, указанные руководителем. Эссе может быть принято к защите только в том случае, если выполнено в соответствии с требованиями, правильно оформлена и соответствует теме.

Представленная на защиту эссе должно свидетельствовать о том, что работа выполнена магистром самостоятельно, в соответствии с требованиями, а её автор глубоко и всесторонне изучил проблему:

- умеет пользоваться законами, научной и учебной специальной литературой;
- способен последовательно, обобщенно, грамотно излагать рассматриваемый материал;

- может разобраться в сути и содержании дискуссии по проблемам рассматриваемой темы эссе;

- умеет выделить главное, критически подойти к осмыслению дискуссионного вопроса;

- продемонстрировал при написании эссе общую и правовую культуру, добросовестность, дисциплину и способность к самоорганизации.

Защита контрольной работы проводится в форме собеседования с ведущим преподавателем кафедры.

Автору эссе нужно быть готовым ответить на все вопросы по теме эссе.

Эссе не может быть допущено к защите, если:

- в нем отсутствует самостоятельность и оно представляет плагиат;

- в нем отсутствует глубокий и тщательный анализ литературы и выполнена только на основе учебника, учебного пособия, научной статьи;

- содержание эссе не раскрывает тему;

- эссе выполнено формально, написано небрежно, в спешке;

- в работе содержится множество грамматических ошибок;

- если магистр не выполнил рекомендаций научного руководителя по существу содержанию и оформлению эссе;

Такая работа возвращается магистранту для устранения недостатков. После чего магистрант обязан выполнить рекомендации, замечания и представить работу в соответствующем виде.

Текст эссе, оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95 ЕСКД, с помощью компьютерной верстки – через 1,5 интервала с применением шрифта Times New Roman размером не менее 14 pt.

Текст контрольной работы следует набирать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. При компьютерной верстке разрешается использовать возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты различной гарнитуры.

Абзац в тексте начинается отступом, равным 10 - 12,7 мм.

Оформление эссе должно соответствовать «Методическим указаниям по подготовке выпускных квалификационных и курсовых работ» Школы экономики и менеджмента, 2022.

Ключи (ответы) на эссе:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и	85-76

	<p>обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.</p>	
<p>пороговый</p>	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.</p>	<p>75-61</p>
<p>уровень не достигнут</p>	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	<p>60-0</p>

4. Формы оценочных средств на практических занятиях

Панельная дискуссия

Эта форма проведения практического занятия разработана для развития у магистрантов умений оперативно анализировать ситуации, выступать в роли экспертов, оппонентов, рецензентов, вычленять неверную или неточную информацию.

Цель: организация обсуждения проблемы в группе магистрантов до 25 человек и обеспечение магистрантам возможности практического использования теоретических знаний в условиях, моделирующих форм деятельности научных работников.

Этапы проведения

1. Проблема дискуссии формулируется преподавателем на практических занятиях:

1) Практическое занятие 2. Тема «Общее положение дел в компании, влияющее на выбор альтернативы при принятии решений в компании»;

2) Практическое занятие 5. Тема «Выстраивание коммуникаций с партнерами, профессиональное общение и ведение переговоров»;

3) Практическое занятие 6. Тема «Анализ результатов использования проектной и процессной деятельности в компании с использованием современных практик принятия управленческих решений».

Выносимая для дискуссии тема необходимо рассмотреть в различных аспектах: правовом, экономическом, научно-техническом и социально-психологическом.

2. Магистранты делятся на три микрогруппы по 6–8 человек, которые условно представляют собой «группу оптимистов», «группу пессимистов» и «группу реалистов».

3. Члены каждой микрогруппы выбирают представителя, оппонента, рецензента, экспертов. Председатель в процессе дискуссии отстаивать их позицию.

4. Назначенные магистранты делают доклад о объекте исследования, согласно заданию, до 10 минут. Затем отвечают на дополнительные вопросы. Преподаватель следит за тем, чтобы обсуждение не уходило в сторону от обсуждаемой проблемы.

5. В течение 5–10 минут в микрогруппе обсуждается состояние компании и вырабатывается общая точка зрения в соответствии с типом группы.

6. Представители групп получают возможность высказать мнение группы, отстаивая ее позиции. Остальные магистранты следят за ходом обсуждения и тем, насколько точно представитель микрогруппы выражает общую позицию. Они не могут высказывать собственное мнение, а имеют возможность лишь передавать в ходе обсуждения записки, в которых излагают свои соображения.

7. Затем выступает следующий докладчик и осуществляются этапы 5 и 6. Панельное обсуждение заканчивается по истечении отведенного времени или после принятия решения.

8. После окончания дискуссии представители групп проводят критический разбор хода обсуждения, а решения принимаются уже всеми магистрантами.

Коллективная форма взаимодействия и общения учит магистрантов формулировать мысли на профессиональном языке, владеть устной речью, слушать, слышать и понимать других, корректно и аргументированно вести спор. Совместная работа требует не только индивидуальной ответственности и самостоятельности, но и самоорганизации работы коллектива, требовательности, взаимной ответственности и дисциплины.

Метод «круглого стола»

Целевое назначение метода:

– обеспечение свободного, нерегламентированного обсуждения поставленных вопросов (тем) на основе постановки всех магистрантов в равное положение по отношению друг к другу;

– системное, проблемное обсуждение вопросов с целью видения разных аспектов проблемы.

Проблема для обсуждения формулируется преподавателем на практическом занятии 4 по теме «Анализ стратегических, инновационных, производственных и оперативных планов компании».

Необходимыми атрибутами «круглого стола» являются:

- соответствующая подготовка помещения для его проведения: симметричное расположение рабочих мест для того, чтобы студенты могли видеть друг друга;
- создание и пополнение фонда вопросов, на которые должны ответить участники «круглого стола»;
- наличие технических средств получения и обработки поступающей информации (при необходимости).

Этапы проведения «круглого стола»:

1. Краткое вводное слово преподавателя, который указывает на актуальность выносимой проблемы – формулирование концепции или школы менеджмента, специфику появления.
2. Заслушивание сообщений участников «круглого стола» по одной из концепции или школы менеджмента.
3. Постановка перед участниками «круглого стола» вопросов, поступивших из аудитории.
4. Развертывание дискуссии.
5. Выработка согласованных позиций по предмету обсуждения.
6. Подведение итогов практического занятия, которое предполагает общую оценку занятия и индивидуальную магистрантов. Преподаватель кратко раскрывает вопросы, не получившие глубокого освещения на занятии, дает задание на дальнейшую самостоятельную работу.

Здесь же назначается дата проведения очередной консультации, напоминает о следующем занятии.

Ролевая игра

Целевое назначение метода:

- обеспечение свободного, нерегламентированного обсуждения поставленных вопросов (тем) на основе постановки всех магистрантов в равное положение по отношению друг к другу;
- системное, проблемное обсуждение вопросов с целью видения разных аспектов проблемы.

Проблема для обсуждения формулируется преподавателем на практическом занятии 8 по теме «Оценка результатов деятельности компании по применению методов принятия управленческих решений» и практическом занятии 9 по теме «Разработка стратегических направлений по совершенствованию деятельности в компании по применению методов и инструментов принятия управленческих решений».

Ролевая игра предполагает деятельность магистрантов в рамках выбранных ими ролей, руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия, а не внешним сценарием поведения. Магистры могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил, определяя направления и исход игры.

Игра предполагает распределение ролей между участниками, процедура игры структурирована и регламентирована, хотя представляет собой свободный процесс импровизации в рамках ролевых «ограничений», направление которого определяется самими магистрантами в соответствии с их индивидуальными особенностями.

Ролевые цели магистрантов могут не совпадать и даже противоречить. Одну и ту же роль в заданной ситуации могут последовательно проигрывать несколько участников, что позволяет анализировать разные варианты поведения и их эффективность.

Ролевая игра позволяет расширять репертуар поведенческих реакций, развивать профессионально-важные качества личности (креативность, гибкость, способность к эффективному межличностному взаимодействию и т. п.). Однако управление ролевой игрой, анализ ее процесса и результата требует от преподавателя специфических умений и компетентности в психологии групповых процессов. В частности, умение организовывать групповую рефлексию, которой должна завершаться ролевая игра, во время которой личные впечатления, переживания и самооценка участников игры соотносятся с впечатлениями, переживаниями и оценками наблюдателей, а также с объективными результатами игры.

Существенные признаки ролевой игры:

- наличие игровой ситуации;
- набор индивидуальных ролей;
- несовпадение ролевых целей участников игры, принимающих на себя и исполняющих различные роли;
- игровое взаимодействие участников игры;
- проигрывание одной и той же роли разными участниками, многовариативность решений;
- групповая рефлексия процесса и результата.

Этапы подготовки и проведения ролевой игры

1. *Этап планирования.* Преподаватель определяет цели ролевой игры, выбирает форму ее проведения, т. е. способа разыгрывания содержания ситуации и действий участников игры, готовит ее методическое оснащение, оборудование, необходимое для ее проведения.

2. *Доигровой этап.* Предполагает непосредственное взаимодействие преподавателя с магистрантами с целью их инструктирования, распределения ролей, подготовки пространства для разыгрывания.

Магистры готовят резюме по теме, в котором отражается актуальность темы, цель и задачи исследования, основные положения проекта, которые должны отражать суть нововведения, то есть название самого новшества и характеристику процесса его введения (коммерциализации), а также базу нововведения (распространения). Необходимо показать связь между проектом (объектом стратегического предложения) и выбранной компанией.

3. *Игровой этап.* Представляет собой погружение в ситуацию и разыгрывание ее участниками в соответствии с их трактовкой ролей и опытом игрового взаимодействия. Этот этап предполагает ротацию в форме поочередного проигрывания участниками одной и той же роли, повтора

ситуации с разным составом участников, сменой ролей и т. п.

Распределение ролей на один этап следующее:

- 1) Экспертный совет: председатель и четыре эксперта.
- 2) Научный консультант.
- 3) Инвесторы: не менее трех.
- 4) Представитель органов власти.
- 5) Оппонент.
- 6) Рецензент.

По графику магистранты выступают с сообщением о своем проекте инновационно-инвестиционной деятельности по теме исследования выпускной квалификационной работы. Время выступлений – до 15 минут, представление доклада в формате презентации, с использованием метода визуализации. Обязательным элементом доклада должны быть обнадеживающие перспективы реализации проекта в выбранной теме исследования, особое внимание необходимо уделить анализу внешней среды, построению перечня внешних особенностей и возможностей, анализу стратегических альтернатив.

После доклада начинаются ответы на вопросы. Защита проекта должна проходить в виде творческой дискуссии, в обстановке доброжелательности. Вопросы по очереди задают

не только члены экспертного совета и ролевые участники, но и магистранты, присутствующие на занятии. Активность на защите способствует развитию дискуссии и, следовательно, облегчает правильную оценку защищаемого проекта, ответы на вопросы должны быть конкретными, по возможности короткими.

4. *Заключительный этап.* Включает в себя рефлекссию полученного магистрами опыта ролевого взаимодействия по оценке реальности инновационно-инвестиционного проекта, урегулированию позиций и различных мнений, реализации намеченных целей, и подведение ведущим итогов, выделение наиболее значимых результатов от реализации проектов, обобщение, установление взаимосвязей игровой ситуации с реальными жизненными ситуациями и личностными позициями участников.

Преимущество этого метода в том, что каждый из участников может представить себя в предложенной ситуации, ощутить те или иные состояния более реально, почувствовать последствия тех или иных действий и принять решение.

Ключи (ответы) на выполнение заданий панельной дискуссии, метода «круглого стола», ролевой игры:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Методы принятия управленческих решений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для текущего контроля

Тестовые задания для текущего контроля по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений» разработаны в департаменте «Менеджмента и предпринимательства» и выполнены в сокращенной форме в виде экспресс-теста.

Задания экспресс-теста выполнены в бумажном (карточки) и компьютерном (программы) вариантах и могут быть установлены на ПК в компьютерном классе. Тестирование проводится по одному для всех студентов варианту в течение 10 минут.

Экспресс-тест имеет форму из четырех заданий, на которые предлагаются четыре варианта ответов, из которых правильным может быть 3, 2, 1 ответа либо не иметь правильного ответа. Тестируемый должен указать буквы, которым соответствуют правильные ответы. Критерии оценки:

- 0 правильных ответов – 0 баллов;
- 1 правильный ответ – 1 балл;
- 2 правильных ответа – 2 балла;
- 3 правильных ответа – 3 балла;
- 4 правильных ответа – 4 балла.

Экспресс-тест 1 МПУР

Тема. Предмет, методология, процесс, задачи и методы исследования дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

ЗАДАНИЯ

1. В какой научной дисциплине для принятия решений используется «теория поведения»:
 - А) Математика;
 - Б) Менеджмент;
 - В) Психология;
 - Г) Экономика.
2. К «логической структуре деятельности» с позиции методологии относятся:
 - А) Нормы;
 - Б) Принципы;
 - В) Средства;
 - Г) Этапы.
3. Решение, принятое группой лиц с различием интересов, относится к:
 - А) Групповому;
 - Б) Организационному;
 - В) Межгрупповому;
 - Г) Межорганизационному.
4. В рекомендуемой модели процесса принятия решений при выполнении модулей ИЗ по МПУР проблема может быть решена:
 - А) Формализацией нового решения;
 - Б) Регламентацией нового решения;
 - В) Консолидацией нового решения;
 - Г) Стандартизацией нового решения.

Экспресс-тест 2 МПУР

Тема. Предмет, методология, процесс, задачи и методы исследования дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

ЗАДАНИЯ

1. Первым этапом процесса принятия решения в МПУР является:
 - А) сбор информации;
 - Б) выявление целей;
 - В) формулировка проблемы;
 - Г) выявление критериев.
2. Причиной возникновения проблем в МПУР может быть:
 - А) ошибочные цели;
 - Б) ошибочные решения;
 - В) системные нарушения;
 - Г) случайные нарушения.
3. Вильфредо Парето в 1897 году сформулировал закон, гласящий, что решающее значение в исходе события имеет:
 - А) от 5 до 15% общих факторов;
 - Б) от 10 до 20% общих факторов;
 - В) от 15 до 25% общих факторов;
 - Г) от 20 до 25% общих факторов.
4. Сколько прогнозов предусматривает перечень документов по №172-ФЗ:
 - А) один;
 - Б) два;
 - В) три;
 - Г) ноль.

Экспресс-тест 3 МПУР

Тема. Предмет, методология, процесс, задачи и методы исследования дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

ЗАДАНИЯ

1. Интегральная оценка качества решений, основанная на объективном анализе и субъективном понимании вариантов решений, ЛПП – это:
 - А) суждение;
 - Б) предпочтение;
 - В) решение;
 - Г) мнение.
2. Общим критерием нахождения оптимального решения в МПУР является:
 - А) средний риск;
 - Б) допустимый риск;
 - В) чистый риск;
 - Г) все, указанные выше.
3. К эвристическим методам теории принятия решений относится:
 - А) многомерные;
 - Б) структуризации;
 - В) имитационные;
 - Г) моделирование.
4. Удовлетворительному положению состояния предмета исследования соответствует диапазон значений относительной оценки показателя:
 - А) $75\% < \text{ОО} < 90\%$;
 - Б) $70\% < \text{ОО} < 80\%$;
 - В) $65\% < \text{ОО} < 80\%$;
 - Г) $55\% < \text{ОО} < 75\%$;

Экспресс-тест 4 МПУР

Тема. Системный анализ как методологическая основа дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

ЗАДАНИЯ

1. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
 - А) усложнение социальных отношений;
 - Б) усложнение политических отношений;
 - В) усложнение экономических отношений;
 - Г) усложнение международных отношений.
2. Продолжением использования и развития системного анализа сегодня является:
 - А) программный анализ;
 - Б) плановый анализ;
 - В) секторный анализ;
 - Г) анализ политики.
3. К основным функциями обратной связи относятся:
 - А) взаимодействие с системой;
 - Б) формализация самой системы;
 - В) противодействие самой системе;
 - Г) поддержание состояния устойчивого равновесия системы.
4. Укажите значение суммарной экспертной оценки сильных и слабых сторон, угроз и благоприятных возможностей

Число

Экспресс-тест 5 МПУР

Тема. Системный анализ как методологическая основа дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

ЗАДАНИЯ

1. Неопределенность, когда неизвестны факторы влияния, называется:
 - А) реальной;
 - Б) статической;
 - В) случайной;
 - Г) динамической.
2. Для учета фактора неопределенности под каждый вариант сценария развития событий разрабатывают:
 - А) маршрутную карту;
 - Б) ситуационный план;
 - В) профиль неопределенности;
 - Г) факторную программу.
3. В настоящее время принято считать, что предмет системного анализа относится к:
 - А) общетеоретическим наукам;
 - Б) прикладным наукам;
 - В) предмет не определен;
 - Г) гуманитарным наукам.
4. По своему содержанию и методам исследования к системному анализу примыкает научная дисциплина:
 - А) «исследование процессов»;
 - Б) «исследование циклов»;
 - В) «исследование эффективных решений»;
 - Г) «исследование операций».

Ключи (ответы) к экспресс-тестам:

Номер теста	Ответы
Экспресс-тест 1 МПУР	1) В; 2) В; 3) Б; 4) А, Г.
Экспресс-тест 2 МПУР	1) В; 2) А, Г; 3) В; 4) Б.
Экспресс-тест 3 МПУР	1) Б; 2) А; 3) Б; Г 4) 0.
Экспресс-тест 4 МПУР	1) В; 2) А; Г 3) В, Г; 4) число из ИЗ.
Экспресс-тест 5 МПУР	1) А; 2) Б; 3) В; 4) Г.

Оценочные средства для промежуточного и итогового контроля (экзамен)

Тестовые задания для промежуточного и итогового контроля по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений» разработаны в департаменте «Менеджмента и предпринимательства» и проводится по двум направлениям:

- проверка усвоения материала по каждой из пройденных в течение учебного семестра тем практического обучения;
- проверка остаточных знаний после прохождения полного курса.

Для каждой формы проверки предлагаются по 7 вариантов заданий. Каждый вариант состоит из 10 заданий для промежуточного тестирования и 20 заданий для итогового тестирования, на которые предлагаются по три варианта ответов, один из которых является правильным.

Тестовые задания выполнены в бумажном (карточки) и компьютерном (программы) вариантах и могут быть установлены на ПК в компьютерном классе.

Перед выполнением тестового задания студенты получают инструктаж от преподавателя и в случае компьютерной проверки знаний выполняют пробное тестирование.

Критерии оценки для промежуточного контроля:

- 0-5 правильных ответов – 0 баллов;
- 6 правильных ответов – 6 баллов;
- 7 правильных ответа – 7 баллов;
- 8 правильных ответа – 8 баллов;
- 9 правильных ответа – 9 баллов;
- 10 правильных ответов – 10 баллов.

Критерии оценки для итогового контроля:

- 5 - 6 правильных ответов – удовлетворительно;
- 7 - 8 правильных ответов – хорошо;
- 9 - 10 правильных ответов – отлично.

На выполнения промежуточного тестирования по карточкам магистранту отводится 30 минут, для итогового 40. При компьютерном тестировании с учетом времени на пробное тестирование студенту отводится для промежуточного тестирования 40 мин, для итогового 50 минут.

Банки тестовых заданий промежуточного контроля

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 1

1. Теория принятия решений – это:
 - а) прикладная наука;
 - б) междисциплинарная наука;
 - в) прикладная междисциплинарная наука.
2. Основой изучения теории принятия решений является:
 - а) системный подход;
 - б) ситуационный подход;
 - в) сценарный подход.
3. Процесс принятия решений группой лиц в компании с различием интересов и стоящих задач относится по классификации к:
 - а) групповому решению;
 - б) межорганизационному решению;
 - в) организационному решению.
4. Причиной возникновения проблем в теории принятия решений может быть:
 - а) системные нарушения;
 - б) ошибочные цели;
 - в) глобальные процессы.

5. Причиной возникновения проблем в теории принятия решений может быть:
 - а) случайные нарушения;
 - б) систематические нарушения;
 - в) системные нарушения.
6. Задача выбора из множества допустимых альтернатив разбивается на:
 - а) на три части;
 - б) на две части;
 - в) не разбивается.
7. По времени действия решения классифицируются, как:
 - а) в условиях неопределенности;
 - б) стратегические;
 - в) разовые.
8. Принятие решений в условиях вероятностной определенности относится к:
 - а) детерминированному типу задач;
 - б) упорядоченному типу задач;
 - в) вероятностному типу задач.
9. Задачи принятия решений в условиях неопределенности непосредственно связаны с:
 - а) управленческими решениями;
 - б) политическими решениями;
 - в) социальными решениями.
10. К эвристическим методам принятия управленческих решений относится:
 - а) имитационные;
 - б) многомерные;
 - в) структуризации.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 2

1. Теория принятия решений основана на потребности придавать решениям:
 - а) большую надежность;
 - б) большую значимость;
 - в) большую вероятность.
2. Организационные и социальные области исследуются МПУР в рамках:
 - а) социально-экономической системы;
 - б) нормативно-ценностной системы;
 - в) организационно-социальной системы.
3. Принятие решения в теории принятия решений рассматривается как:
 - а) наука и искусство;
 - б) наука и практика;
 - в) теория и интуиция.
4. В логической последовательности процесса подготовки и принятия решения можно плодотворно сочетать:
 - а) методы анализа и синтеза;
 - б) методы дедукции и индукции;
 - в) формальные и эвристические методы.
5. С информационной точки зрения в процессе принятия решений происходит:
 - а) увеличение неопределенности;
 - б) уменьшение неопределенности;
 - в) устранение неопределенности.
6. Вильфредо Парето в 1897 году сформулировал закон, гласящий, что решающее значение в исходе события имеет:
 - а) от 5 до 10% общих факторов;
 - б) от 10 до 15% общих факторов;

- в) от 15 до 25% общих факторов.
7. По способу обоснования решения классифицируются, как:
- а) иррациональные;
 - б) оптимальные;
 - в) рациональные.
8. Принятие решений в условиях определенности относится к:
- а) вероятностному типу задач;
 - б) детерминированному типу задач;
 - в) казуальному типу задач.
9. В задачах принятия решений в условиях неопределенности, если известны хотя бы некоторые варианты проявления этой неопределенности, необходимо:
- а) моделировать по вариантам;
 - б) планировать по вариантам;
 - в) экспериментировать по вариантам.
10. К неформальным методам теории принятия решений относится:
- а) дискретный;
 - б) статистический;
 - в) экспертных оценок.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 3

1. К новым критериями теории принятия решений сегодня относят:
- а) глобализация;
 - б) информатизация;
 - в) социализация.
2. В компании принятие решений носит в основном:
- а) централизованный характер;
 - б) коллегиальный характер;
 - в) формализованный характер.
3. К «логической структуре деятельности» с позиции методологии относятся:
- а) нормы;
 - б) принципы;
 - в) средства.
4. В зависимости от того, на каких аспектах при рассмотрении процесса принятия решения делается акцент, этот процесс можно:
- а) структурировать на отдельные этапы;
 - б) дифференцировать на составные элементы;
 - в) ассимилировать в процедуры.
5. Важным аспектом анализа проблемной ситуации является:
- а) систематизация проблем;
 - б) формализация проблем;
 - в) классификация проблем.
6. Интегральная оценка качества решений, основанная на объективном анализе и субъективном понимании вариантов решений, ЛПП – это:
- а) суждение;
 - б) предпочтение;
 - в) решение.
7. По условиям принятия решения классифицируются, как:
- а) неопределенности;
 - б) разовые;
 - в) политические.

8. Принятие решения в условиях вероятностной определенности базируется на:
 - а) теории статистических решений;
 - б) теории вероятности;
 - в) теории эмпирических решений.
9. Задачи, в которых зависимости между факторами определены настолько хорошо, что допускают строгое количественное описание, относятся к:
 - а) смешанным;
 - б) неструктурированным;
 - в) формализуемым.
10. В случае, тогда, когда имеется много взаимосвязанных переменных и надо найти оптимальное решение, используют:
 - а) детерминированные методы;
 - б) аналитические методы;
 - в) статистические методы.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 4

1. К новым критериям для методов принятия управленческих решений относят:
 - а) интегрированное устройство организаций;
 - б) сетевое устройство организаций;
 - в) факторное устройство организаций.
2. Социальные и технические области исследуются в ТПР в рамках:
 - а) социально-экономической системы;
 - б) нормативно-ценностной системы;
 - в) социально-технической системы.
3. Итоговый уровень в деятельности по разработке и реализации решений – это:
 - а) практический;
 - б) методический;
 - в) прикладной.
4. Уточнения и корректировки данных после и в процессе принятия решений называются:
 - а) индукции;
 - б) итерации;
 - в) формализации.
5. Вербально-аналитическое описание существующего и прогнозируемого вариантов развития проблемной ситуации называется:
 - а) сценарий;
 - б) итерация;
 - в) план действий.
6. Системным аналитикам рекомендуется представить ЛПР описания:
 - а) одного наилучшего варианта решения;
 - б) 2-3 варианта решений;
 - в) нескольких вариантов решений.
7. Для постановки задачи принятия решения в компании необходимо:
 - а) наличие утвержденного ЛПР;
 - б) возможность выбора из вариантов;
 - в) условия для экспериментальной проверки.
8. Примером детерминированных задач в МПУР являются:
 - а) задачи комбинаторики;
 - б) задачи линейного программирования;
 - в) задачи стратегических игр.
9. Общим для всех задач МПУР, представляющим основу его методологии, является:

- а) метод диалектической логики;
 - б) метод анализа и синтеза;
 - в) метод дедукции и индукции.
10. В МПУР примером эвристических процедур является:
- а) коллоквиум;
 - б) консилиум;
 - в) коллаборация.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 5

1. В какой научной дисциплине для принятия решений используется «теория поведения»:
 - а) математика;
 - б) психология;
 - в) экономика.
2. Система прав, обязанностей, полномочий и ответственности при принятии решений в компании по классификации МПУР относится к:
 - а) правовым решениям;
 - б) организационным решениям;
 - в) технологическим решениям.
3. В общем виде в теории принятия решений процесс принятия решения предусматривает:
 - а) 5 основных этапов;
 - б) 6 основных этапов;
 - в) 7 основных этапов.
4. Проблема в процессе принятия решений в широком смысле – это:
 - а) теоретический вопрос;
 - б) практический вопрос;
 - в) теоретический или практический вопрос.
5. Итеративность процесса принятия решения заключается в необходимости:
 - а) смены ЛПР;
 - б) пересмотра целей;
 - в) решения в первую очередь внешних проблем.
6. Результаты анализа от аналитиков ЛПР рассматривают как один из видов:
 - а) суждения;
 - б) информации;
 - в) рекомендаций.
7. При отсутствии формализованных моделей выбора решения в компании осуществляется по:
 - а) критериальному принципу;
 - б) коллегиальному принципу;
 - в) волевому принципу.
8. В качестве критерия при решении детерминированных задач в МПУР используют показатель:
 - а) инновационность;
 - б) конкурентоспособность;
 - в) производительность труда.
9. Задачи в МПУР, имеющие только качественное описание, относятся к:
 - а) структурированным;
 - б) неформализуемым;
 - в) кластерным.
10. Для определения приоритетности и сроков реализации отдельных мероприятий в МПУР используется метод:
 - а) структуризации;
 - б) моделирования;

в) ранжирования.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 6

1. Методы принятия управленческих решений – это наука, занимающаяся разработкой:
 - а) методов принятия решений;
 - б) способов принятия решений;
 - в) методов и подходов принятия решений.
2. В узком смысле термин «принятие решений» обозначает:
 - а) выбор альтернатив;
 - б) совокупность всех этапов;
 - в) принятие программы.
3. Первым этапом процесса принятия решения в МПУР является:
 - а) сбор информации;
 - б) формулировка проблемы;
 - в) выявление целей.
4. Проблема в процессе принятия решений в узком смысле – это:
 - а) задача;
 - б) ситуация;
 - в) вопрос.
5. На этапе определения целей формулируются цели решения:
 - а) внешних проблем;
 - б) системных проблем;
 - в) базовых проблем.
6. Для экспериментальной проверки наиболее предпочтительных альтернатив выбирают:
 - а) одно;
 - б) два;
 - в) два-три.
7. При постановке задачи принятия решения в компании принятый критерий называют:
 - а) целевой функцией;
 - б) оптимальной функцией;
 - в) критериальной функцией.
8. Математические модели, рассматриваемые в МПУР для управленческих задач, имеют:
 - а) ограниченное применение;
 - б) узкое применение;
 - в) широкое применение.
9. К формальным методам при принятия управленческих решений относится:
 - а) ранжирование;
 - б) моделирование;
 - в) имитационные.
10. К математическим методам при принятии управленческого решения относится:
 - а) сценарный;
 - б) гибридный;
 - в) модельный.

Тест 1 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 7

1. В какой научной дисциплине для принятия решений используется «исследование операций»:
 - а) экономика;

- б) менеджмент;
 - в) математика.
2. В широком смысле термин «принятие решений» обозначает:
 - а) совокупность всех этапов;
 - б) принятие программы;
 - в) акт выбора.
 3. Первый уровень в деятельности по разработке и реализации решений – это:
 - а) теоретический;
 - б) методологический;
 - в) методический.
 4. Одной из центральных задач ТПР по устранению проблемы является:
 - а) назначение ЛПР;
 - б) выработка гипотез;
 - в) разработка плана действий.
 5. В реальных условиях обычно рассматриваются:
 - а) один-два варианта решения;
 - б) два-три варианта решения;
 - в) три-четыре варианта решения.
 6. По содержанию решаемых задач решения классифицируются, как:
 - а) многоцелевые;
 - б) стратегические;
 - в) социальные.
 7. По уровню принятия решения они классифицируются, как:
 - а) малая группа;
 - б) индивидуальное;
 - в) высшее руководство.
 8. Общим критерием нахождения оптимального решения в МПУР является:
 - а) чистый риск;
 - б) средний риск;
 - в) допустимый риск.
 9. В качестве критерия при решении детерминированных задач в МПУР используют показатель:
 - а) уровень инновационности;
 - б) уровень стабильности;
 - в) уровень рентабельности.
 10. К категории неформальных методов в МПУР относится метод:
 - а) социологических исследований;
 - б) демографических исследований;
 - в) статистических исследований.

Ключи (ответы) к тесту 1 МПУР:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант 1	в	а	в	б	а	б	б	в	а	в
Вариант 2	а	б	а	в	б	в	в	б	б	в
Вариант 3	а	в	б	а	в	б	а	а	в	а
Вариант 4	б	а	в	б	а	в	б	б	а	б
Вариант 5	б	б	а	в	б	а	в	в	б	в
Вариант 6	в	в	б	а	в	в	а	а	в	б
Вариант 7	в	а	б	в	б	в	а	б	в	а

Тест 2 МПУР
по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»
Вариант 7

1. В мировой экономике во второй половине XX в. произошли громадные сдвиги под воздействием:
 - а) промышленной революции;
 - б) инновационно-технологической революции;
 - в) научно-технической революции.
2. Как научная дисциплина системный анализ оформился вовремя:
 - а) Первой мировой войны;
 - б) Второй мировой войны;
 - в) Холодной войны.
3. Программа развития вооружений «ППБ» внедрялась в СССР начиная со:
 - а) второй половины 50-х годов XX века;
 - б) второй половины 60-х годов XX века;
 - в) второй половины 70-х годов XX века.
4. В системном анализе исследования строятся на использовании:
 - а) принципа системы;
 - б) алгоритма системы;
 - в) категории системы.
5. Система на выходе должна удовлетворять ряду критериев, важнейший из которых – это:
 - а) стабильность;
 - б) целостность;
 - в) эффективность.
6. Возникновение «больших систем», как нового объекта исследований в области управления, вызвано:
 - а) научно-технической революцией;
 - б) глобализацией;
 - в) научно-техническим прогрессом.
7. Непредвидимые события, полностью изменяющие цели решения и выбранные альтернативы, – это:
 - а) катастрофа;
 - б) пандемия;
 - в) хаос.
8. При исследовании и проектировании сколь-нибудь сложных систем необходимо учитывать многочисленные:
 - а) внутренние конфликты;
 - б) внешние конфликты;
 - в) внутренние и внешние конфликты.
9. Объект системного анализа в теоретическом аспекте – это:
 - а) процесс подготовки и принятия решений;
 - б) различные конкретные проблемы;
 - в) ситуационный план.
10. Системный анализ, объединяя все необходимые методы, знания и действия для решения проблемы выполняет роль:
 - а) «фундамента»;
 - б) «каркаса»;
 - в) «крыши».

Тест 2 МПУР
по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»
Вариант 2

1. Центральным положением новой концепции управления во второй половине XX в. явилось использование:
 - а) систематизированных аналитических проработок;
 - б) дифференцированных концептуальных подходов;
 - в) интегрированных эвристических методов.
2. Как научная дисциплина системный анализ первоначально сформировался применительно к:
 - а) экономическим задачам;
 - б) военным задачам;
 - в) научно-техническим задачам.
3. Продолжением использования и развития системного анализа сегодня является:
 - а) анализ секторов экономики;
 - б) анализ политики;
 - в) анализ тактики.
4. Поведение каждого отдельного взятого элемента системы:
 - а) влияет на поведение системы в целом;
 - б) не влияет на поведение системы в целом;
 - в) влияет на поведение системы опосредованно.
5. Системы состоящие из новаций, планов, гипотез и понятия относятся к:
 - а) искусственным;
 - б) абстрактным;
 - в) теоретическим.
6. Система, которая строится для решения многоцелевой, многоаспектной задачи, называется:
 - а) «большой системой»;
 - б) «сложной системой»;
 - в) «многоцелевой системой».
7. Объективная действительность, которая не содержит элемента сознательного противодействия планам, называется:
 - а) природа;
 - б) хаос;
 - в) катастрофа.
8. Характерным для системного анализа является то, что поиск лучшего решения проблемы начинается с определения и упорядочения:
 - а) целей деятельности системы;
 - б) основных функций системы;
 - в) задач, решаемых системой.
9. Объект системного анализа в практическом аспекте – это:
 - а) процесс подготовки и принятия решений;
 - б) различные конкретные проблемы;
 - в) ситуационный план.
10. В основе системного подхода лежит:
 - а) ситуационный план;
 - б) систематизированные методы;
 - в) диалектическая логика.

Тест 2 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 3

1. Повышенный интерес к использованию аналитических проработок во второй половине XX в. объясняется недостаточным количеством:
 - а) идей и проектов;

- б) ресурсов;
 - в) программ.
2. Проблемы контроля процесса накопления, передачи и преобразования информации стали основой возникновения дисциплины:
- а) информатика;
 - б) исследование операций;
 - в) кибернетика.
3. Главный методологический недостаток «ППБ» ее критики усматривали в неправильном выборе:
- а) критериев фактора времени;
 - б) критериев бюджетного дефицита;
 - в) критериев эффективности мероприятий.
4. Поведение отдельных элементов системы и их воздействие на всю систему:
- а) разрознены;
 - б) взаимозависимы;
 - в) избирательны.
5. Системы, обеспечивающие решение или рассмотрение отдельной стороны или аспекта задачи, называются:
- а) функциональные;
 - б) одноцелевые;
 - в) закрытыми.
6. Состояние, означающее неизменность ее существенных переменных, – это:
- а) устойчивость системы;
 - б) стабильность системы;
 - в) уравновешенность системы.
7. Неопределенность, когда неизвестны факторы влияния, называется:
- а) статической;
 - б) реальной;
 - в) случайной.
8. Целью системного анализа является полная и всесторонняя проверка различных:
- а) моделей поведения;
 - б) вариантов действий;
 - в) ситуационных решений.
9. Для объекта системного анализа поиск наилучших решений различных проблем на основе системного подхода относится к:
- а) теоретическому аспекту;
 - б) практическому аспекту;
 - в) прикладному аспекту.
10. Большое влияние на развитие системного анализа как научного направления оказал опыт его применения в:
- а) социально-экономической области;
 - б) военной области;
 - в) менеджменте.

Тест 2 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 4

1. Препятствием развитию общества и экономики во второй половине XX в. стало сложившееся несоответствие:
- а) инвестиционных возможностей и функций управления;
 - б) производственных возможностей и задач управления;
 - в) технологических возможностей и методов управления.

2. Проблемы планирования и распределения ресурсов стали основой возникновения дисциплины:
 - а) теория игр;
 - б) исследование операций;
 - в) кибернетика.
3. Продолжением использования и развития системного анализа сегодня является:
 - а) программный анализ;
 - б) плановый анализ;
 - в) секторный анализ.
4. Первая часть любой системы состоит из элементов, классифицируемых по их:
 - а) значению в процессах, протекающих в системе;
 - б) месту в процессах, протекающих в системе;
 - в) роли в процессах, протекающих в системе.
5. Системы действующие при относительно небольшом обмене энергией относятся к:
 - а) абстрактным;
 - б) закрытым;
 - в) стабильным.
6. Способность системы оставаться устойчивой через изменения своей структуры и поведения называется:
 - а) суперстабильностью;
 - б) ультрастабильностью;
 - в) полиустойчивостью.
7. Количественное описание степени влияния каждого типа неопределенности на решение – это:
 - а) очертания неопределенности;
 - б) вид неопределенности;
 - в) профиль неопределенности.
8. Для системного анализа характерно применение:
 - а) методов анализа и методов абдукции;
 - б) методов дедукции и методов синтеза;
 - в) методов анализа и методов синтеза.
9. Для объекта системного анализа выработка рекомендаций по улучшению функционирования существующих систем относится к:
 - а) теоретическому аспекту;
 - б) прикладному аспекту;
 - в) практическому аспекту.
10. В основе системного анализа лежит:
 - а) диалектическая логика;
 - б) вербальная логика;
 - в) формальная логика.

Тест 2 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 5

1. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
 - а) научно-технический прогресс;
 - б) промышленная революция;
 - в) инновационно-технологический рывок.
2. Проблемы принятия решений в сложных условиях стали основой возникновения дисциплины:
 - а) теория игр;
 - б) исследование операций;

- в) теория принятия решений.
3. Системный подход к организации управления основывается на рассмотрении:
- частных моделей экономики;
 - общей концепции;
 - социально-экономических категорий.
4. Совокупность факторов и явлений, воздействующих на процессы системы и не поддающиеся прямому управлению со стороны ее руководителей, называется:
- внешняя среда;
 - приказы сверху;
 - организационные условия.
5. В социально-экономическом мире закрытые системы:
- слабо равновесные;
 - стабильны;
 - практически отсутствуют.
6. К основным функциями обратной связи относится:
- взаимодействие с системой;
 - формализация самой системы;
 - противодействие самой системе.
7. Неопределенность, вызванная просчетами при анализе, относится к:
- оценке эффективности решений;
 - неточности предвидения хода событий в будущем;
 - неопределенности целей.
8. Для ЛПР системный анализ – это:
- систематизированные методы;
 - ситуационные методы;
 - синтезированные методы.
9. Для объекта системного анализа определение взаимосвязей, существующих между элементами системы относится к:
- прикладному аспекту;
 - практическому аспекту;
 - теоретическому аспекту.
10. Дисциплина, занимающаяся выработкой количественных рекомендаций, необходимых при планировании и организации операций – это:
- «исследование операций»;
 - «системотехника операций»;
 - «функциональный анализ операций».

Тест 2 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 6

1. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
- промышленная революция;
 - устаревшие методы менеджмента;
 - рост социально-политической напряженности.
2. Цель применения методов системного анализа в промышленности – это:
- разработка программы получения высокой прибыли;
 - внедрение способов получения высокой прибыли;
 - изыскание путей получения высокой прибыли.
3. Последовательная реализация системного подхода – это:
- системный процесс;
 - системный алгоритм;
 - системный анализ.

4. Операции, процессы, через которые проходят элементы входа – это:
 - а) первая часть системы;
 - б) вторая часть системы;
 - в) третья часть системы.
5. Принцип иерархической организации в МПУР связан с понятием:
 - а) относительного взаимодействия подсистем разных уровней;
 - б) относительного противодействия подсистем разных уровней;
 - в) относительной обособленности подсистем разных уровней.
6. Неопределенность, обусловленная случайностью, называется:
 - а) динамической;
 - б) синтезированной;
 - в) статической.
7. Для учета фактора неопределенности под каждый вариант сценария развития событий разрабатывают:
 - а) ситуационный план;
 - б) профиль неопределенности;
 - в) маршрутную карту.
8. Системный анализ в первую очередь предназначен для решения:
 - а) слабоструктурированных неопределенностей;
 - б) слабоструктурированных проблем;
 - в) слабоструктурированных конфликтов.
9. В настоящее время принято считать, что предмет системного анализа относится к:
 - а) общетеоретическим наукам;
 - б) прикладным наукам;
 - в) предмет не определен.
10. По своему содержанию и методам исследования к системному анализу примыкает научная дисциплина:
 - а) «исследование процессов»;
 - б) «исследование циклов»;
 - в) «исследование операций».

Тест 2 МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 7

1. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
 - а) усложнение социальных отношений;
 - б) усложнение политических отношений;
 - в) усложнение экономических отношений.
2. Система программного планирования, известная под названием «ППБ» – это:
 - а) планирование – программирование – бюджет;
 - б) планирование – проектирование – бюджет;
 - в) проектирование – программирование – бюджет.
3. В МПУР принятие решений базируется на полном и последовательном применении:
 - а) системного подхода;
 - б) системного процесс;
 - в) системного взаимодействия.
4. Система на выходе должна удовлетворять ряду критериев, важнейший из которых – это:
 - а) эффективность;
 - б) устойчивость;
 - в) надежность.
5. При системном подходе экономику страны рассматривают как систему, состоящую из:
 - а) функционально обособленных подсистем;

- б) функционально и структурно обособленных подсистем;
 - в) структурно обособленных подсистем.
6. К основным функциями обратной связи относится:
- а) синтезирование возмущений;
 - б) синтезирование погрешностей;
 - в) синтезирование подсистем.
7. Отсутствие согласия между двумя и более сторонами, влияющее на принимаемое решение – это:
- а) хаос;
 - б) конфликт;
 - в) противоречие.
8. Для слабоструктурированных проблем состав элементов и их взаимосвязь:
- а) полностью отсутствуют;
 - б) установлены в полном объеме;
 - в) определены только частично.
9. Для объекта системного анализа выработка рекомендаций по созданию принципиально новых или усовершенствованных систем относится к:
- а) теоретическому аспекту;
 - б) практическому аспекту;
 - в) прикладному аспекту.
10. Системный анализ в отличие от исследования операций в большей степени сосредоточен на методологии:
- а) принятия решения;
 - б) решения проблем;
 - в) создания концепций.

Ключи (ответы) к тесту 2 МПУР:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант 1	в	б	б	в	а	а	в	в	а	б
Вариант 2	а	б	б	а	б	б	а	а	б	в
Вариант 3	б	в	в	б	а	а	б	б	а	б
Вариант 4	в	а	а	в	б	б	в	в	б	а
Вариант 5	а	б	б	а	в	в	б	а	в	а
Вариант 6	б	в	в	б	в	в	а	б	а	в
Вариант 7	в	а	а	в	б	а	б	в	в	б

Банки тестовых заданий итогового контроля

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 1

1. Методы принятия управленческих решений – это:
- а) прикладная наука;
 - б) междисциплинарная наука;
 - в) прикладная междисциплинарная наука.
2. Основой изучения методов принятия управленческих решений является:
- а) системный подход;
 - б) ситуационный подход;
 - в) сценарный подход.
3. Процесс принятия решений группой лиц в компании с различием интересов и стоящих задач относится по классификации к:
- а) групповому решению;

- б) межорганизационному решению;
 - в) организационному решению.
4. Причиной возникновения проблем в методах принятия управленческих решений может быть:
- а) системные нарушения;
 - б) ошибочные цели;
 - в) глобальные процессы.
5. Вербально-аналитическое описание существующего и прогнозируемого вариантов развития проблемной ситуации называется:
- а) сценарий;
 - б) итерация;
 - в) план действий.
6. Задача выбора из множества допустимых альтернатив разбивается на:
- а) на три части;
 - б) на две части;
 - в) не разбивается.
7. По времени действия решения классифицируются, как:
- а) в условиях неопределенности;
 - б) стратегические;
 - в) разовые.
8. Принятие решений в условиях вероятностной определенности относится к:
- а) детерминированному типу задач;
 - б) упорядочному типу задач;
 - в) вероятностному типу задач.
9. Задачи принятия решений в условиях неопределенности непосредственно связаны с:
- а) управленческими решениями;
 - б) политическими решениями;
 - в) социальными решениями.
10. К эвристическим методам принятия управленческих решений относится:
- а) имитационные;
 - б) многомерные;
 - в) структуризации.
11. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
- а) усложнение социальных отношений;
 - б) усложнение политических отношений;
 - в) усложнение экономических отношений.
12. Система программного планирования, известная под названием «ППБ» – это:
- а) планирование – программирование – бюджет;
 - б) планирование – проектирование – бюджет;
 - в) проектирование – программирование – бюджет.
13. В МПУР принятие решений базируется на полном и последовательном применении:
- а) системного подхода;
 - б) системного процесс;
 - в) системного взаимодействия.
14. Система на выходе должна удовлетворять ряду критериев, важнейший из которых – это:
- а) эффективность;
 - б) устойчивость;
 - в) надежность.
15. При системном подходе экономику компании рассматривают как систему, состоящую из:
- а) функционально обособленных подсистем;
 - б) функционально и структурно обособленных подсистем;

- в) структурно обособленных подсистем.
16. К основным функциями обратной связи относятся:
- а) синтезирование возмущений;
 - б) синтезирование погрешностей;
 - в) синтезирование подсистем.
17. Отсутствие согласия между двумя и более сторонами, влияющее на принимаемое решение – это:
- а) хаос;
 - б) конфликт;
 - в) противоречие.
18. Для слабоструктурированных проблем состав элементов и их взаимосвязь:
- а) полностью отсутствуют;
 - б) установлены в полном объеме;
 - в) определены только частично.
19. Для объекта системного анализа выработка рекомендаций по созданию принципиально новых или усовершенствованных систем относится к:
- а) теоретическому аспекту;
 - б) практическому аспекту;
 - в) прикладному аспекту.
20. Системный анализ в отличие от исследования операций в большей степени сосредоточен на методологии:
- а) принятия решения;
 - б) решения проблем;
 - в) создания концепций.

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 2

1. Дисциплина методы принятия управленческих решений основана на потребности придавать решениям:
 - а) большую надежность;
 - б) большую значимость;
 - в) большую вероятность.
2. Организационные и социальные области исследуются в МПУР в рамках:
 - а) социально-экономической системы;
 - б) нормативно-ценностной системы;
 - в) организационно-социальной системы.
3. Принятие решения в методах принятия управленческих решений рассматривается как:
 - а) наука и искусство;
 - б) наука и практика;
 - в) теория и интуиция.
4. В логической последовательности процесса подготовки и принятия решения можно плодотворно сочетать:
 - а) методы анализа и синтеза;
 - б) методы дедукции и индукции;
 - в) формальные и эвристические методы.
5. С информационной точки зрения в процессе принятия решений происходит:
 - а) увеличение неопределенности;
 - б) уменьшение неопределенности;
 - в) устранение неопределенности.
6. Вильфредо Парето в 1897 году сформулировал закон, гласящий, что решающее значение в исходе события имеет:

- а) от 5 до 10% общих факторов;
 - б) от 10 до 15% общих факторов;
 - в) от 15 до 25% общих факторов.
7. По способу обоснования решения классифицируются, как:
- а) иррациональные;
 - б) оптимальные;
 - в) рациональные.
8. Принятие управленческих решений в условиях определенности относится к:
- а) вероятностному типу задач;
 - б) детерминированному типу задач;
 - в) казуальному типу задач.
9. В задачах принятия управленческих решений в условиях неопределенности, если известны хотя бы некоторые варианты проявления этой неопределенности, необходимо:
- а) моделировать по вариантам;
 - б) планировать по вариантам;
 - в) экспериментировать по вариантам.
10. К неформальным методам принятия управленческих решений относится:
- а) дискретный;
 - б) статистический;
 - в) экспертных оценок.
11. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
- а) промышленная революция;
 - б) устаревшие методы менеджмента;
 - в) рост социально-политической напряженности.
12. Цель применения методов системного анализа в промышленности – это:
- а) разработка программы получения высокой прибыли;
 - б) внедрение способов получения высокой прибыли;
 - в) изыскание путей получения высокой прибыли.
13. Последовательная реализация системного подхода – это:
- а) системный процесс;
 - б) системный алгоритм;
 - в) системный анализ.
14. Операции, процессы, через которые проходят элементы входа – это:
- а) первая часть системы;
 - б) вторая часть системы;
 - в) третья часть системы.
15. Принцип иерархической организации в МПУР связан с понятием:
- а) относительного взаимодействия подсистем разных уровней;
 - б) относительного противодействия подсистем разных уровней;
 - в) относительной обособленности подсистем разных уровней.
16. Неопределенность, обусловленная случайностью, называется:
- а) динамической;
 - б) синтезированной;
 - в) статической.
17. Для учета фактора неопределенности под каждый вариант сценария развития событий разрабатывают:
- а) ситуационный план;
 - б) профиль неопределенности;
 - в) маршрутную карту.
18. Системный анализ в первую очередь предназначен для решения:
- а) слабоструктурированных неопределенностей;
 - б) слабоструктурированных проблем;

- в) слабоструктурированных конфликтов.
19. В настоящее время принято считать, что предмет системного анализа относится к:
- а) общетеоретическим наукам;
 - б) прикладным наукам;
 - в) предмет не определен.
20. По своему содержанию и методам исследования к системному анализу примыкает научная дисциплина:
- а) «исследование процессов»;
 - б) «исследование циклов»;
 - в) «исследование операций».

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 3

1. К новым критериями для дисциплины методы принятия управленческих решений сегодня относятся:
 - а) глобализация;
 - б) информатизация;
 - в) социализация.
2. В компании принятие управленческих решений носит в основном:
 - а) централизованный характер;
 - б) коллегиальный характер;
 - в) формализованный характер.
3. К «логической структуре деятельности» с позиции методологии относятся:
 - а) нормы;
 - б) принципы;
 - в) средства.
4. В зависимости от того, на каких аспектах при рассмотрении процесса принятия управленческого решения делается акцент, этот процесс можно:
 - а) структурировать на отдельные этапы;
 - б) дифференцировать на составные элементы;
 - в) ассимилировать в процедуры.
5. Важным аспектом анализа проблемной ситуации является:
 - а) систематизация проблем;
 - б) формализация проблем;
 - в) классификация проблем.
6. Интегральная оценка качества решений, основанная на объективном анализе и субъективном понимании вариантов решений, ЛПП – это:
 - а) суждение;
 - б) предпочтение;
 - в) решение.
7. По условиям принятия управленческого решения они классифицируются, как:
 - а) неопределенности;
 - б) разовые;
 - в) политические.
8. Принятие управленческого решения в условиях вероятностной определенности базируется на:
 - а) теории статистических решений;
 - б) теории вероятности;
 - в) теории эмпирических решений.
9. Задачи, в которых зависимости между факторами определены настолько хорошо, что допускают строгое количественное описание, относятся к:

- а) смешанным;
 - б) неструктурированным;
 - в) формализуемым.
10. В случае, когда, когда имеется много взаимосвязанных переменных и надо найти оптимальное решение, используют:
- а) детерминированные методы;
 - б) аналитические методы;
 - в) статистические методы.
11. Предпосылкой возникновения системного анализа является:
- а) научно-технический прогресс;
 - б) промышленная революция;
 - в) инновационно-технологический рывок.
12. Проблемы принятия управленческих решений в сложных условиях стали основой возникновения дисциплины:
- а) теория игр;
 - б) исследование операций;
 - в) теория принятия решений.
13. Системный подход к организации управления основывается на рассмотрении:
- а) частных моделей экономики;
 - б) общей концепции;
 - в) социально-экономических категорий.
14. Совокупность факторов и явлений, воздействующих на процессы системы и не поддающиеся прямому управлению со стороны ее руководителей, называется:
- а) внешняя среда;
 - б) приказы сверху;
 - в) организационные условия.
15. В социально-экономическом мире закрытые системы:
- а) слабо равновесные;
 - б) стабильны;
 - в) практически отсутствуют.
16. К основным функциями обратной связи относится:
- а) взаимодействие с системой;
 - б) формализация самой системы;
 - в) противодействие самой системе.
17. Неопределенность, вызванная просчетами при анализе, относится к:
- а) оценке эффективности решений;
 - б) неточности предвидения хода событий в будущем;
 - в) неопределенности целей.
18. Для ЛПР системный анализ – это:
- а) систематизированные методы;
 - б) ситуационные методы;
 - в) синтезированные методы.
19. Для объекта системного анализа определение взаимосвязей, существующих между элементами системы относится к:
- а) прикладному аспекту;
 - б) практическому аспекту;
 - в) теоретическому аспекту.
20. Дисциплина, занимающаяся выработкой количественных рекомендаций, необходимых при планировании и организации операций – это:
- а) «исследование операций»;
 - б) «системотехника операций»;
 - в) «функциональный анализ операций».

Итоговый тест МПУР
по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»
Вариант 4

1. К новым критериями для дисциплины методы принятия управленческих решений сегодня относят:
 - а) интегрированное устройство организаций;
 - б) сетевое устройство организаций;
 - в) факторное устройство организаций.
2. Социальные и технические области исследуются в МПУР в рамках:
 - а) социально-экономической системы;
 - б) нормативно-ценностной системы;
 - в) социально-технической системы.
3. Итоговый уровень в деятельности по разработке и реализации управленческих решений – это:
 - а) практический;
 - б) методический;
 - в) прикладной.
4. Уточнения и корректировки данных после и в процессе принятия управленческих решений называются:
 - а) индукции;
 - б) итерации;
 - в) формализации.
5. Вербально-аналитическое описание существующего и прогнозируемого вариантов развития проблемной ситуации называется:
 - а) сценарий;
 - б) итерация;
 - в) план действий.
6. Системным анализам рекомендуется представить ЛПР описания:
 - а) одного наилучшего варианта решения;
 - б) 2-3 варианта решений;
 - в) нескольких вариантов решений.
7. Для постановки задачи принятия управленческого решения в компании необходимо:
 - а) наличие утвержденного ЛПР;
 - б) возможность выбора из вариантов;
 - в) условия для экспериментальной проверки.
8. Примером детерминированных задач в МПУР являются:
 - а) задачи комбинаторики;
 - б) задачи линейного программирования;
 - в) задачи стратегических игр.
9. Общим для всех задач МПУР, представляющим основу его методологии, является:
 - а) метод диалектической логики;
 - б) метод анализа и синтеза;
 - в) метод дедукции и индукции.
10. В дисциплине методы принятия управленческих решений примером эвристических процедур является:
 - а) коллоквиум;
 - б) консилиум;
 - в) коллаборация.
11. Препятствием развитию общества и экономики во второй половине XX в. стало сложившееся несоответствие:
 - а) инвестиционных возможностей и функций управления;
 - б) производственных возможностей и задач управления;

- в) технологических возможностей и методов управления.
12. Проблемы планирования и распределения ресурсов стали основой возникновения дисциплины:
- а) теория игр;
 - б) исследование операций;
 - в) кибернетика.
13. Продолжением использования и развития системного анализа сегодня является:
- а) программный анализ;
 - б) плановый анализ;
 - в) секторный анализ.
14. Первая часть любой системы состоит из элементов, классифицируемых по их:
- а) значению в процессах, протекающих в системе;
 - б) месту в процессах, протекающих в системе;
 - в) роли в процессах, протекающих в системе.
15. Системы действующие при относительно небольшом обмене энергией относятся к:
- а) абстрактным;
 - б) закрытым;
 - в) стабильным.
16. Способность системы оставаться устойчивой через изменения своей структуры и поведения называется:
- а) суперстабильностью;
 - б) ультрастабильностью;
 - в) полиустойчивостью.
17. Количественное описание степени влияния каждого типа неопределенности на решение – это:
- а) очертания неопределенности;
 - б) вид неопределенности;
 - в) профиль неопределенности.
18. Для системного анализа характерно применение:
- а) методов анализа и методов абдукции;
 - б) методов дедукции и методов синтеза;
 - в) методов анализа и методов синтеза.
19. Для объекта системного анализа выработка рекомендаций по улучшению функционирования существующих систем относится к:
- а) теоретическому аспекту;
 - б) прикладному аспекту;
 - в) практическому аспекту.
20. В основе системного анализа лежит:
- а) диалектическая логика;
 - б) вербальная логика;
 - в) формальная логика.

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 5

1. В какой научной дисциплине для методов принятия управленческих решений используется «теория поведения»:
- а) математика;
 - б) психология;
 - в) экономика.
2. Система прав, обязанностей, полномочий и ответственности при принятии управленческих решений в компании по классификации МПУР относится к:

- а) правовым решениям;
 - б) организационным решениям;
 - в) технологическим решениям.
3. В общем виде в методах принятия управленческих решений процесс принятия решения предусматривает:
- а) 5 основных этапов;
 - б) 6 основных этапов;
 - в) 7 основных этапов.
4. Проблема в процессе принятия решений в широком смысле – это:
- а) теоретический вопрос;
 - б) практический вопрос;
 - в) теоретический или практический вопрос.
5. Итеративность процесса принятия решения заключается в необходимости:
- а) смены ЛПР;
 - б) пересмотра целей;
 - в) решения в первую очередь внешних проблем.
6. Результаты анализа от аналитиков ЛПР рассматривают как один из видов:
- а) суждения;
 - б) информации;
 - в) рекомендаций.
7. При отсутствии формализованных моделей выбора решения в компании осуществляется по:
- а) критериальному принципу;
 - б) коллегиальному принципу;
 - в) волевому принципу.
8. В качестве критерия при решении детерминированных задач в МПУР используют показатель:
- а) инновационность;
 - б) конкурентоспособность;
 - в) производительность труда.
9. Задачи в МПУР, имеющие только качественное описание, относятся к:
- а) структурированным;
 - б) неформализуемым;
 - в) кластерным.
10. Для определения приоритетности и сроков реализации отдельных мероприятий в МПУР используется метод:
- а) структуризации;
 - б) моделирования;
 - в) ранжирования.
11. Повышенный интерес к использованию аналитических проработок во второй половине XX в. объясняется недостаточным количеством:
- а) идей и проектов;
 - б) ресурсов;
 - в) программ.
12. Проблемы контроля процесса накопления, передачи и преобразования информации стали основой возникновения дисциплины:
- а) информатика;
 - б) исследование операций;
 - в) кибернетика.
13. Главный методологический недостаток «ППБ» ее критики усматривали в неправильном выборе:
- а) критериев фактора времени;

- б) критериев бюджетного дефицита;
 - в) критериев эффективности мероприятий.
14. Поведение отдельных элементов системы и их воздействие на всю систему:
- а) разрознены;
 - б) взаимозависимы;
 - в) избирательны.
15. Системы, обеспечивающие решение или рассмотрение отдельной стороны или аспекта задачи, называются:
- а) функциональные;
 - б) одноцелевые;
 - в) закрытыми.
16. Состояние, означающее неизменность ее существенных переменных, – это:
- а) устойчивость системы;
 - б) стабильность системы;
 - в) уравновешенность системы.
17. Неопределенность, когда неизвестны факторы влияния, называется:
- а) статической;
 - б) реальной;
 - в) случайной.
18. Целью системного анализа является полная и всесторонняя проверка различных:
- а) моделей поведения;
 - б) вариантов действий;
 - в) ситуационных решений.
19. Для объекта системного анализа поиск наилучших решений различных проблем на основе системного подхода относится к:
- а) теоретическому аспекту;
 - б) практическому аспекту;
 - в) прикладному аспекту.
20. Большое влияние на развитие системного анализа как научного направления оказал опыт его применения в:
- а) социально-экономической области;
 - б) военной области;
 - в) менеджменте.

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 6

1. Методы принятия управленческих решений – это наука, занимающаяся разработкой:
- а) методов принятия решений;
 - б) способов принятия решений;
 - в) методов и подходов принятия решений.
2. В узком смысле термин «принятие решений» обозначает:
- а) выбор альтернатив;
 - б) совокупность всех этапов;
 - в) принятие программы.
3. Первым этапом процесса принятия решения в МПУР является:
- а) сбор информации;
 - б) формулировка проблемы;
 - в) выявление целей.
4. Проблема в процессе принятия управленческих решений в узком смысле – это:
- а) задача;
 - б) ситуация;

- в) вопрос.
5. На этапе определения целей формулируются цели решения:
- внешних проблем;
 - системных проблем;
 - базовых проблем.
6. Для экспериментальной проверки наиболее предпочтительных альтернатив выбирают:
- одно;
 - два;
 - два-три.
7. При постановке задачи принятия управленческих решения в компании принятый критерий называют:
- целевой функцией;
 - оптимальной функцией;
 - критериальной функцией.
8. Математические модели, рассматриваемые в МПУР для управленческих задач, имеют:
- ограниченное применение;
 - узкое применение;
 - широкое применение.
9. К формальным методам принятия управленческих решений относится:
- ранжирование;
 - моделирование;
 - имитационные.
10. К математическим методам принятия управленческих решений относится:
- сценарный;
 - гибридный;
 - модельный.
11. Центральным положением новой концепции управления во второй половине XX в. явилось использование:
- систематизированных аналитических проработок;
 - дифференцированных концептуальных подходов;
 - интегрированных эвристических методов.
12. Как научная дисциплина системный анализ первоначально сформировался применительно к:
- экономическим задачам;
 - военным задачам;
 - научно-техническим задачам.
13. Продолжением использования и развития системного анализа сегодня является:
- анализ секторов экономики;
 - анализ политики;
 - анализ тактики.
14. Поведение каждого отдельного взятого элемента системы:
- влияет на поведение системы в целом;
 - не влияет на поведение системы в целом;
 - влияет на поведение системы опосредованно.
15. Системы состоящие из новаций, планов, гипотез и понятия относятся к:
- искусственным;
 - абстрактным;
 - теоретическим.
16. Система, которая строится для решения многоцелевой, многоаспектной задачи, называется:
- «большой системой»;
 - «сложной системой»;

- в) «многоцелевой системой».
17. Объективная действительность, которая не содержит элемента сознательного противодействия планам, называется:
- а) природа;
 - б) хаос;
 - в) катастрофа.
18. Характерным для системного анализа является то, что поиск лучшего решения проблемы начинается с определения и упорядочения:
- а) целей деятельности системы;
 - б) основных функций системы;
 - в) задач, решаемых системой.
19. Объект системного анализа в практическом аспекте – это:
- а) процесс подготовки и принятия решений;
 - б) различные конкретные проблемы;
 - в) ситуационный план.
20. В основе системного подхода лежит:
- а) ситуационный план;
 - б) систематизированные методы;
 - в) диалектическая логика.

Итоговый тест МПУР

по дисциплине «Методы принятия управленческих решений»

Вариант 7

1. В какой научной дисциплине для принятия управленческих решений используется «исследование операций»:
- а) экономика;
 - б) менеджмент;
 - в) математика.
2. В широком смысле термин «принятие управленческих решений» обозначает:
- а) совокупность всех этапов;
 - б) принятие программы;
 - в) акт выбора.
3. Первый уровень в деятельности по разработке и реализации управленческих решений – это:
- а) теоретический;
 - б) методологический;
 - в) методический.
4. Одной из центральных задач МПУР по устранению проблемы является:
- а) назначение ЛПП;
 - б) выработка гипотез;
 - в) разработка плана действий.
5. В реальных условиях обычно рассматриваются:
- а) один-два варианта решения;
 - б) два-три варианта решения;
 - в) три-четыре варианта решения.
6. По содержанию решаемых задач управленческие решения классифицируются, как:
- а) многоцелевые;
 - б) стратегические;
 - в) социальные.
7. По уровню принятия управленческого решения они классифицируются, как:
- а) малая группа;
 - б) индивидуальное;

- в) высшее руководство.
- 8. Общим критерием нахождения оптимального решения в МПУР является:
 - а) чистый риск;
 - б) средний риск;
 - в) допустимый риск.
- 9. В качестве критерия при решении детерминированных задач в МПУР используют показатель:
 - а) уровень инновационности;
 - б) уровень стабильности;
 - в) уровень рентабельности.
- 10. К категории неформальных методов в МПУР относится метод:
 - а) социологических исследований;
 - б) демографических исследований;
 - в) статистических исследований.
- 11. В мировой экономике во второй половине XX в. произошли громадные сдвиги под воздействием:
 - а) промышленной революции;
 - б) инновационно-технологической революции;
 - в) научно-технической революции.
- 12. Как научная дисциплина системный анализ оформился вовремя:
 - а) Первой мировой войны;
 - б) Второй мировой войны;
 - в) Холодной войны.
- 13. Программа развития вооружений «ППБ» внедрялась в СССР начиная со:
 - а) второй половины 50-х годов XX века;
 - б) второй половины 60-х годов XX века;
 - в) второй половины 70-х годов XX века.
- 14. В системном анализе исследования строятся на использовании:
 - а) принципа системы;
 - б) алгоритма системы;
 - в) категории системы.
- 15. Система на выходе должна удовлетворять ряду критериев, важнейший из которых – это:
 - а) стабильность;
 - б) целостность;
 - в) эффективность.
- 16. Возникновение «больших систем», как нового объекта исследований в области управления, вызвано:
 - а) научно-технической революцией;
 - б) глобализацией;
 - в) научно-техническим прогрессом.
- 17. Непредвидимые события, полностью изменяющие цели решения и выбранные альтернативы, – это:
 - а) катастрофа;
 - б) пандемия;
 - в) хаос.
- 18. При исследовании и проектировании сколь-нибудь сложных систем необходимо учитывать многочисленные:
 - а) внутренние конфликты;
 - б) внешние конфликты;
 - в) внутренние и внешние конфликты.
- 19. Объект системного анализа в теоретическом аспекте – это:
 - а) процесс подготовки и принятия решений;

- б) различные конкретные проблемы;
 в) ситуационный план.
20. Системный анализ, объединяя все необходимые методы, знания и действия для решения проблемы выполняет роль:
- а) «фундамента»;
 б) «каркаса»;
 в) «крыши».

Ключи (ответы) к итоговому тесту:

	1/11	2/12	3/13	4/14	5/15	6/16	7/17	8/18	9/19	10/20
Вариант 1	в	а	в	б	а	б	б	в	а	в
	в	а	а	в	б	а	б	в	в	б
Вариант 2	а	б	а	в	б	в	в	б	б	в
	б	в	в	б	в	в	а	б	а	в
Вариант 3	а	в	б	а	в	б	а	а	в	а
	а	б	б	а	в	в	б	а	в	а
Вариант 4	б	а	в	б	а	в	б	б	а	б
	в	а	а	в	б	б	в	в	б	а
Вариант 5	б	б	а	в	б	а	в	в	б	в
	б	в	в	б	а	а	б	б	а	б
Вариант 6	в	в	б	а	в	в	а	а	в	б
	а	б	б	а	б	б	а	а	б	в
Вариант 7	в	а	б	в	б	в	а	б	в	а
	в	б	б	в	а	а	в	в	а	б

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине
«Наименование дисциплины»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Предпринимательство»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
образовательная программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

**Паспорт фонда оценочных средств
по дисциплине «Предпринимательство»**

Контроль достижений целей курса

**Методические рекомендации по процедуре оценивания результатов
освоения дисциплины**

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Предпринимательство» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по оцениванию фактических результатов обучения по дисциплине «Предпринимательство» осуществляется ведущим преподавателем и проводится в форме контрольных мероприятий:

- собеседований (УО-1);
- защиты практических работ в виде устного доклада (УО-3);
- дискуссий (УО-4);
- деловых игр (ПР-10). Объектами оценивания выступают:
- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- уровень овладения теоретическими знаниями, практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Предпринимательство» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Дисциплина «Предпринимательство» реализуется на 2 курсе в 3-ем семестре и завершается сдачей зачета в формате презентации с

использованием оценочного средства «*проект*» (ПР-9).

Проект (ПР-9) – конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно применять свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве, а также уровень форсированности профессиональных компетенций. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся (до 6 чел.)

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Содержание итогового группового проекта

- Резюме
- Проблема
- Бизнес-идея
- Предполагаемая ценность для клиента
- Рынок (включая характеристики, т.е. потребительские сегменты)
- Конкуренция (Аналоги & Антиподы)
- Поток доходов (включая цены)
- Ключевые ресурсы / Ключевые партнеры
- Структура затрат
- Заключение

Структура презентации итогового группового проекта:

- Обложка слайда: название, имена членов команды
- Проблема (размер) и бизнес-возможность: дать понять, что есть проблема или бизнес-возможность
- Бизнес-модель: Опишите, что вы предлагаете на целевом рынке

и сосредоточьтесь на ключевых преимуществах для клиентов (предложение потребительской ценности. Используйте шаблон бизнес- модели)

– Анализ реалистичности проекта: используйте модель First Screen («Первого экрана») для анализа реалистичности проекта

Критерии выставления оценки студенту на зачете (ПР-9) по дисциплине «Предпринимательство»

Баллы (рейтинг овой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
61-100	<i>«зачтено»</i>	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если проект завершен в срок, обоснована актуальность бизнес- идеи и ее ценность для потребителя, представлены всеблоки структуры проекта, где учтены результаты выполнения всех практических заданий в рамках дисциплины; результат работы оформлен в соответствии с рекомендациями. Студент знает материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически его излагает, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
менее 61	<i>«не зачтено»/ «неудовлетворительно»</i>	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части материала дисциплины, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Оценочные средства и критерии для текущей аттестации

Вопросы для разбора на дискуссии:

1. Подходы к определению предпринимательства
2. Предпринимательство как процесс
3. Эффектуация против каузации
4. Основные принципы эффектуации
5. Инструменты для поиска бизнес-идеи
6. Сегментация и выделение целевой аудитории

7. Понятие ценностного предложения.
8. Формирование ценностного предложения.
9. Подходы к формированию бизнес-моделей новых компаний

Критерии оценки (устного доклада, сообщения, дискуссии):

✓ 9-10 баллов¹ выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 7-8 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 6 баллов – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 5 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без комментариев и анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой

проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки участия в деловой игре:

За участие в деловой игре студенту начисляются баллы в соответствии с критериями, представленными в таблице

№	Наименование критерия	Оценочная шкала (в баллах)
1	Качество анализа вариантов подбора специалиста на должность, анализ необходимых компетенций	от 0 до 10
2	Качество защиты избранного варианта: умение излагать основные положения, аргументировано отстаивать точку зрения, воспринимать противоположные, отвечать на вопросы оппонентов	от 0 до 5
3	Точность соблюдения регламента	от 0 до 5
4	Активность команды во время групповой работы	от -3 до +3
5	Активность команды как оппонента при обсуждении вариантов других команд	от -3 до +3
6	Умение вести дискуссию	от -3 до +3
7	Несоблюдение регламента: игровой командой докладчиком	от -3 до -1
	Итого:	от -12 до 29

Перевод баллов в пятибалльную шкалу оценок представлен в таблице.

Количество баллов	Оценка	
от 20 до 29	Отлично	Зачтено
от 10 до 20	Хорошо	
от 0 до 10	Удовлетворительно	
от -12 до 0	Неудовлетворительно	Не зачтено



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Практический маркетинг»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
образовательная программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Практический маркетинг»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»	6
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Практический маркетинг».....	17
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Практический маркетинг».....	20
Приложение 1 (справочное)	21

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Практический маркетинг»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Трансформация подходов к ведению маркетинговой деятельности под воздействием изменений внешней среды	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	знает приемы и методы сбора маркетинговой информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики;	Эссе (ПР-3), коллоквиум (УО-2), Дискуссия (УО-4)	-
			умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;		
		ПК-1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов	умеет собирать цифровые следы компании;		
2	Тема 2. Возможные направления маркетинговых исследований, в том числе в цифровой среде, для решения целевых задач компании	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	знает приемы и методы сбора маркетинговой информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики;	Эссе (ПР-3), коллоквиум (УО-2), Дискуссия (УО-4)	-
		ПК-1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов	умеет формировать репутацию компании в digital пространстве		
		ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды	умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;		
				Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
3	Тема 3. Установление контактов с покупателями на основе мероприятий целевого маркетинга: от сегментирования до позиционирования (лучшие российские и зарубежные практики)	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке	Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)	-
4	Тема 4. Принятие решений на инструментальном уровне: приемы продуктологии и ценообразования (лучшие российские и зарубежные практики)	ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды	умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговых ситуаций на основе анализа бизнес-среды	Творческое задание (ПР-13)	-
5	Тема 5. Принятие решений на инструментальном уровне: сбытовые решения (лучшие российские и зарубежные практики)	ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды	умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговых ситуаций на основе анализа бизнес-среды	Творческое задание (ПР-13)	-
6	Тема 6. Принятие решений на инструментальном уровне: продвижение (лучшие российские и зарубежные практики)	ПК-2.3 Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	умеет формировать аватары / портреты потребителя;	Творческое задание (ПР-13) Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)	-
			умеет анализировать рекламную активность конкурентов;		
		ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды	умеет разрабатывать программу продвижения компании;		
			умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании		

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании	умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний;	Творческое задание (ПР-13) Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)	-
			умеет формировать комплекс продвижения компании		
	Экзамен			-	УО-1

II. Текущая аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Практический маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Практический маркетинг» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия; коллоквиум; эссе; творческое задание; разноуровневые задачи и задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования (дискуссии):

1. Современные векторы развития бизнес-среды. Необходимость инноваций
2. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга. Современные концепции развития потребителей (JTBD, Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и проч.).
3. Создание, доставка и сохранение потребительской ценности при помощи инструментов маркетинга. Удачные и неудачные практики формирования ценностных предложений:
 - понятие потребительской ценности: миф или реальности? Боль потребителя: причины возникновения и методы устранения;
 - подходы к формированию ПЦ: лучшие мировые практики;
 - подходы к доведению ПЦ: лучшие мировые практики;
 - влияние цифровой экономики на процесс формирования ПЦ: удачные и неудачные примеры;
4. Как работать с покупателями будущего?

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования (дискуссии.):

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение	85-76

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
	<p>монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе</p>	
<p>пороговый</p>	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области</p>	<p>75-61</p>
<p>уровень не достигнут</p>	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	<p>60-0</p>

2. Разноуровневые задачи и задания

Краткая информация: крупная российская фабрика по производству одежды, построенная еще в советские времена, принимая во внимание сложную конкурентную ситуацию и новые тенденции ведения бизнеса, решает в качестве концепции управления выбрать маркетинг совместного творчества. Для успешного завоевания рынка, имея для этого достаточную материально-техническую базу, руководство компании считает необходимым создание не просто торговой марки, а регионального бренда, который в дальнейшем может стать инструментом завоевания других рынков.

Вопросы, требующие решения:

На основе рыночной и деловой ситуации:

1) провести сегментирование рынка, составить аватар / портрет потенциального потребителя;

декомпозиция работ:

- оценка размера рынка;
- определение границ рынка в терминах потребностей и ранжирование параметров ценности;
- поиск гипотезы для выделения сегментов. Способ и критерий сегментирования, размеры и названия выделенных сегментов;
- проверка гипотезы – построение профиля сегментов по важности параметров ценности рыночного предложения на основе глубинного интервьюирования потребителей;
- полные профили сегментов в таблице + важные инсайты от потребителей;

2) разработать предложения по позиционированию новой марки одежды;

- составьте список прямых конкурентов и товаров-заменителей;
- заполните таблицу по конкурентам;

Конкурент	Преимущества		Недостатки		Наш ответ конкурентам
	преимущество	важность для потребителя	недостаток	важность для потребителя	
К 1					
Кп					

- сформулируйте свое конкурентное преимущество;
- найдите на их основе наиболее выгодное для себя позиционирование;

3) разработать предложения по продвижению в digital среде и продажам товаров фирмы.

Выполняя задание, студенты фактически получают на руки готовое решение, которое можно применить в аналогичных обстоятельствах. Увеличение в «багаже» студента проанализированных практических ситуаций, увеличивает вероятность использования готовой схемы решений к сложившейся ситуации, формирует навыки решения более серьезных проблем.

Решение рыночной и деловой ситуации должно проходить в 5 этапов:

- Первый этап – знакомство с ситуацией, ее особенностями.
- Второй этап – выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.
- Третий этап – предложение концепций или тем для «мозгового штурма».
- Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.
- Пятый этап – решение – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения.

Решение практической ситуации может быть как специализированным, так и всесторонним. Специализированный анализ должен быть сосредоточен на конкретном вопросе или проблеме. Всесторонний (подробный) анализ подразумевает глубокое погружение в ключевые вопросы ситуации.

Форма отчета – презентация

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

– 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

3.

Тематика индивидуальных творческих задач
по дисциплине «Практический маркетинг»

1. Анализ лучших маркетинговых практик при построении каналов продаж в торговых компаниях
2. Анализ лучших маркетинговых практик при продвижении товаров (группа товаров выбирается студентом самостоятельно) в сети Интернет
3. Поиск результативных каналов коммуникаций при продвижении российских товаров на рынки стран АТР
4. Выведение российских высокотехнологичных товаров на азиатские рынки
5. Анализ лучших маркетинговых практик при выстраивании сервисной политики в отношении с клиентами компании
6. Анализ лучших маркетинговых практик по выстраиванию отношений с представителями поколения миллениалов
7. Покупатели будущего: кто они?
8. Влияние блогеров на выбор покупателей. Как региональным компаниям с небольшим бюджетом искать эффективных блогеров
9. *И другие темы (по инициативе студентов и согласованию с ведущим преподавателем)*

Ключи (критерии оценки) творческих задач:

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Достижение цели проекта	Цель не достигнута. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Цель достигнута частично. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки на среднем уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе устаревшей информации, непригодной для формулировки гипотез	Цель достигнута. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки на достаточном уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного количества информационных источников	Цель достигнута в полном объеме. Проблема раскрыта полностью. Выводы обоснованы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по выбранной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного количества информационных источников, продемонстрированы навыки систематизации материала
Представление	Представляемая информация	Представляемая информация не	Представляемая информация	Информация систематизирована,

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
	логически не связана. Не использованы профессиональные термины	систематизирована и/или не последовательна	систематизирована и последовательна, но есть нарушения в логике изложения	последовательна и логически связана.
Оформление	Не использованы технологии Power Point / Canva и проч. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point / Canva частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point / Canva и др. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point / Canva и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные /или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

4. Примерные темы эссе по дисциплине «Практический маркетинг»

1. «Маркетинг существует не для получения наград, а для построения выигрышного бизнеса» — Дэвид Мирман Скотт (David Meerman Scott).

Справочно: Дэвид Мирман Скотт — американский эксперт в области интернет-маркетинга, автор множества книг, самая популярная из которых «Новые правила маркетинга и PR».

2. «Великие компании начинаются с желания изменить мир, а не заработать легкие деньги» — Гай Кавасаки (Guy Kawasaki).

Справочно: Гай Кавасаки – легендарный маркетолог компании Apple, продвигавший на рынок Macintosh, а также автор бестселлеров о том, как построить успешный бизнес.

3. «Успех приходит к тем, кто верит в свою исключительность» — Шах Дармеш (Dharmesh Shah).

Справочно: Шах Дармеш — основатель SaaS компании HubSpot, выпускающей маркетинговое программное обеспечение для малого бизнеса. Помимо этого, он состоит в Бостонском совете предпринимателей, а также является создателем успешного блога для стартапов с аудиторией более чем в 20 000 подписчиков.

4. «Люди доверяют друг другу больше, чем учреждениям» — Джо Чернов (Joe Chernov).

Справочно: Джо Чернов — вице-президент по маркетингу компании Kinvey, создавшей платформу для мобильных устройств, известный блогер, а также обладатель звания «Контент-маркетолог 2013 года».

5. «Расскажите историю. Сделайте это правдиво и убедительно. Заставьте ее работать» — Рэнд Фишкин (Rand Fishkin).

Справочно: Рэнд Фишкин — основатель компании SEOMoz, одного из крупнейших разработчиков программного обеспечения для оптимизаторов. Сайт SEOMoz.org уже на протяжении нескольких лет является одним из самых популярных и посещаемых ресурсов среди профессионалов. Одним словом, Рэнд — гуру в области SEO и маркетинга, и его маркетинговые высказывания заслуживают внимания.

6. «Три спутника творческого процесса: неуверенность, риск и подверженность критике» — Джонатан Филдс (Jonathan Fields).

Справочно: Джонатан Филдс — известный спикер, предприниматель, медиа-продюсер, автор нашумевшей книги «Как превратить страх и сомнения в источник движения к совершенству». В 2013 году журнал Forbes назвал его сайт одним из 100 лучших ресурсов для предпринимателей.

7. «Как и в любых других отношениях, рынок любит тех, кто отдает больше, чем просит» — Лесли Брэдшоу (Leslie Bradshaw).

Справочно: Лесли Брэдшоу — исполнительный директор и соучредитель JESS3, креативного агентства, специализирующегося на инфографике, веб-дизайне, брендинге и маркетинговых стратегиях. Также Брэдшоу пишет статьи для журнала Forbes.

8. «Когда вы слушаете потребителя, происходят удивительные вещи», – Джонатан Милденхолл

Справочно: Джонатан Милденхолл – директор по маркетингу сервиса Airbnb, бывший вице-президент по маркетинговой стратегии и креативным коммуникациям компании Coca-Cola.

Требования к написанию эссе:

Студент самостоятельно выбирает две темы из предложенного списка (по согласованию с ведущим преподавателем любой обучающий может инициировать

собственную тему эссе, если она соответствует контенту, изучаемому в рамках дисциплины «Практический маркетинг»).

Цель эссе – высказать свою точку зрения и сформировать непротиворечивую систему аргументов, обосновывающих предпочтительность позиции, выбранной автором данного текста. Эссе включает в себя следующие элементы:

1. Введение. В нем формулируется тема, обосновывается ее актуальность, раскрывается расхождение мнений, обосновывается структура рассмотрения темы, осуществляется переход к основному суждению.

2. Основная часть. Включает в себя:

– формулировку суждений и аргументов, которые выдвигает автор, обычно, два-три аргумента;

– доказательства, факты и примеры в поддержку авторской позиции;

– анализ контр-аргументов и противоположных суждений, при этом необходимо показать их слабые стороны.

3. Заключение. Повторяется основное суждение, резюмируются аргументы в защиту основного суждения, дается общее заключение о полезности данного утверждения.

Оформление материалов эссе. Объем эссе – до 3-4 страниц машинописного текста в редакторе Word. Шрифт: Times New Roman, кегль – 14, интервал – 1,5. Все поля по 20 мм. Вверху слева указывается фамилия, имя, отчество автора эссе. Далее через один интервал – название эссе жирным шрифтом. Затем через один пропущенный интервал располагается текст.

Ключи (критерии оценки) эссе:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и обоснованиях, с корректным использованием научных терминов и понятий в контексте ответа. 3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт. 4. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта с корректным использованием научных терминов и понятий в контексте ответа, но теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются. 3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт. 4. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта при формальном использовании научных терминов. 3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт. 4. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	1. Не ясно выражена собственная позиция. 2. Проблема не раскрыта, или сформулировано мнение без аргументов. 3. Аргументация своего мнения дана вне контекста проблемы. 4. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

5. Примерные темы творческого задания

Цели:

- отработать навык формирования аватара / профиля потребителя;
- отработать навык формирования ценностного предложения

Тема 1 Аватар потребителя. Используя приведенную модель сформулируйте аватар потребителя (для студента ДВФУ как потребителя)

АВАТАР КЛИЕНТА

Имя клиента:

ЦЕЛИ И ЦЕННОСТИ Чего он хочет: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/> Что для него важно: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/>	Возраст: <input style="width: 50px;" type="text"/> Пол: <input style="width: 20px;" type="text"/> Семейное положение: <input style="width: 100%;" type="text"/> Дети: <input style="width: 100%;" type="text"/> Место жительства: <input style="width: 100%;" type="text"/>	ТРУДНОСТИ И БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ Чего он хочет избежать: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/> Чего он боится: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/>
---	---	--



ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ Книги: <input style="width: 100%;" type="text"/> Журналы: <input style="width: 100%;" type="text"/> Блоги/Веб-сайты: <input style="width: 100%;" type="text"/> События: <input style="width: 100%;" type="text"/> Наставники: <input style="width: 100%;" type="text"/> Дополнительно: <input style="width: 100%;" type="text"/>	Цитата: <input style="width: 100%;" type="text"/> Чем занимается: <input style="width: 100%;" type="text"/> Должность: <input style="width: 100%;" type="text"/> Доход: <input style="width: 100%;" type="text"/> Образование: <input style="width: 100%;" type="text"/> Дополнительно: <input style="width: 100%;" type="text"/>	ВОЗРАЖЕНИЯ И РОЛЬ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПКИ Что мешает ему купить: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/> Кто решает, покупать или нет: <input style="width: 100%; height: 30px;" type="text"/>
--	--	--



Тема 2 Ценностное предложение. Используя шаблон разработки ЦП составьте ЦП для образовательной программы, на которой Вы обучаетесь.

Этот шаблон-алгоритм поможет сформулировать ценностное предложение:

1. Напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2. Напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

3. Напишите к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов.

4. Составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта, в ценностное предложение. Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличиях от конкурента вашего продукта. *Ключевые слова:*

Ключевые фразы:

5. Выберите ключевые аспекты из пункта 4.

6. Сейчас вы уже готовы сделать самое главное: составить ценностное предложение продукта, используя характеристики из пункта 5 (не более одного-двух предложений).

Не останавливайтесь на одной идее, будьте открыты к мозговым штурмам, исправлениям или предложениям от вашей команды. После сравнения и анализа возможных вариантов выберете наиболее подходящий вариант.

Ключи (критерии оценки) на задания творческого задания:

Оценка	менее 60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Креативность решения	Решение скопировано	Решение стандартизировано	Решение креативно в отдельных элементах	Креатив в решении проявлен на высоком уровне
Интегрированность решения	Интегрированность в решении отсутствует	Интегрированность в решении проявляется по отдельным составляющим	Интегрированность охватывает только профессиональную сферу	При решении интегрированы знания из различных областей

Оценка	менее 60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна, использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные /или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Практический маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Вопросы для собеседования

1. Каким образом современная бизнес-среда влияет на развитие маркетинга. Ответ аргументируйте. Приведите примеры из практической деятельности региональных компаний.
2. Почему в современном маркетинге увеличивается роль потребительской ценности. Как работать с покупателями будущего? Ответ аргументируйте.
3. Проанализируйте мировой опыт эффективных фирм в области применения маркетинговых технологий. Выделите конкурентные преимущества этих фирм.
4. Почему потребитель является ключевой фигурой на рынке? Каким образом компании вынуждены адаптироваться под требования и запросы потребителей. Ответ аргументируйте. Приведите примеры из практической деятельности региональных компаний.
5. Экспресс-методика анализа рынка (емкость рынка (потенциальный объем, общий объем, доступный) методика приведенных коэффициентов, доля рынка (достижимый)), тренды потребления на рынке.
6. Чем отличается стратегический маркетинг от операционного? Приведите примеры стратегических и операционных маркетинговых решений.
7. Основные направления исследований в цифровом маркетинге 7D: Digital Customer (потребитель); Digital Competition (конкуренты); Digital Communication (коммуникации); Digital Product (продукт); Digital Pricing (цены); Digital Distribution (сбыт) и применение полученной информации в практике принятия управленческих решений.
8. Современные концепции развития потребителей: JTBD, Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и проч.
9. Сегментирование рынка (классический подход) по продукту и потребителю / (в рамках концепции дизайн-мышления) по этапам клиентского пути к покупке.
10. Выбор целевых сегментов рынка: лучшие практики. Критерии эффективного сегментирования
11. Аватары и профили потребителей: методики построения
12. Построение схемы позиционирования бренда в виде «мишени»: примеры лучших практик
13. Опишите процесс принятия решений о выпуске новых товаров. Приведите примеры удачных товаров. Ответ обоснуйте.
14. Какие Вы знаете стратегии ценообразования? В чем заключаются различия между стратегией и тактикой ценообразования. Приведите примеры стратегии и тактики ценообразования из практической деятельности региональных компаний.
15. Что такое канал сбыта? Чем канал сбыта отличается от канала товародвижения? Приведите примеры каналов сбыта для нового продукта (например, i-phone и проч.).
16. Влияет ли тип канала сбыта на конечную цену товара? Приведите примеры. Какие тенденции в развития каналов сбыта Вы знаете?
17. Сравнение форматов онлайн/офлайн торговли: достоинства и недостатки. Интеграция онлайн и офлайн коммерции. Концепция Omnichannel.
18. Технологии продаж: метрики, подходы к организации продаж, интеграция с CRM
19. Новые тенденции в продвижении. Разработка эффективных коммуникаций (определение целевой аудитории, постановка целей коммуникаций, разработка

- сообщений, выбор каналов коммуникаций, определение бюджета коммуникаций).
20. Какие методы продвижения целесообразно применять для IT продуктов? Ответ обоснуйте. Приведите примеры.
21. Коммуникации компании в digital-среде: анализ лучших практик
22. Основные подходы к оценке результативности маркетинговых решений

**Оценочные средства для проверки сформированности компетенций
(итоговая задача)**

Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и формулировка индикатора достижения	Задание
<p>ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности</p> <p>ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации</p> <p>ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p>	<p>ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций</p> <p>ПК-1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p> <p>ПК-2.3 Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»</p> <p>ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды</p> <p>ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>Краткая информация: крупная российская фабрика по производству одежды, построенная еще в советские времена, принимая во внимание сложную конкурентную ситуацию и <i>новые тенденции ведения бизнеса</i>, решает в качестве концепции управления выбрать маркетинг совместного творчества (<i>учитывать требования потребителей путем их привлечения к разработке дизайна одежды посредством обратной связи через социальные сети</i>). Для успешного завоевания рынка, имея для этого достаточную материально-техническую базу, руководство компании считает необходимым создание не просто торговой марки, а регионального бренда, который в дальнейшем может стать инструментом завоевания других территориальных рынков.</p> <p>Вопросы для принятия решений:</p> <p>На основе ситуации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) оцените угрозы внешней среды, с которыми может столкнуться компания при переходе к новой модели ведения бизнеса; 2) спроектируйте <i>портрет</i> потенциального потребителя; 3) предложите возможные решения в рамках комплекса маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)

Ключи (ответы) на вопросы и задания:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
Повышенный	Отлично выставляется студенту (высокий уровень), если он глубоко и прочно усвоил программный материал в части базовых понятий маркетинга, четко и логически стройно излагает подходы к принятию маркетинговых решений на операционном уровне, умеет характеризовать параметры	100 - 86

	целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками в области операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	
Базовый	Хорошо выставляется студенту (базовый уровень), если он твердо знает материал в части базовых понятий маркетинга, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет подходы к обоснованию маркетинговых решений, умеет характеризовать параметры целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, владеет необходимыми навыками и приемами операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	85-76
Пороговый	Удовлетворительно выставляется студенту (базовый уровень), если он имеет знания только основного материала в части базовых понятий маркетинга, приемов и средств операционного маркетинга, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в обосновании маркетинговых решений, испытывает затруднения при выполнении практических работ, допускает неточности при выборе методов маркетинговой деятельности	75-61
Уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Практический маркетинг»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
«Профессиональные навыки менеджера»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Профессиональные навыки менеджера»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	1. Основания для трансформации роли менеджера в современном мире	УК-6.1- Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	знает основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; умеет применять на практике основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; владеет навыками применения на практике основных принципов самоорганизации и саморазвития; выделять основные этапы своей образовательной деятельности	(УО-4)	
2.	2. Управление: роль и задачи руководителя. Руководитель и исполнитель	ПК-1.4 - Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией	знает типовые организационные формы и методы управления компанией, рациональные границы их применения; умеет выявлять возможности для повышения эффективности управления компанией; владеет навыками анализа и прогнозирования использования выявленных возможностей для повышения эффективности компании	(УО-3);	

3.	3. Эволюция теорий лидерства	ПК-3.1 - Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	знает принципы определения требований, ресурсов, участников критериев оценки и взаимосвязи для построения и улучшения бизнес-процессов; умеет организовать рациональный бизнес-процесс на основе имеющихся ресурсов и требований рынка; владеет техниками организационного проектирования с целью достижения наибольшей эффективности работы организации	(УО-4)	
4.	4. Типологии личности как способ поиска подходов к сотрудникам	УК-3.1 - Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	знает основные стратегии командной работы; умеет организовывать отбор членов команды для достижения поставленной цели; владеет методами диагностики и отбора участников команды	(УО-3);	
5.	5. Эмоциональный интеллект руководителя	УК-6.1- Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	знает основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; умеет применять на практике основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; владеет навыками применения на практике основных принципов самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности	(ПР-10)	
6.	6. Работа с командой	УК-3.1 - Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	знает основные стратегии командной работы; умеет организовывать отбор членов команды для достижения поставленной цели; владеет методами диагностики и отбора участников команды	(ПР-10)	

		УК-3.2 - Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	знает принципы и задачи организации работы команды; умеет выстраивать эффективные коммуникации в команде на основе современных технологий управления персоналом; владеет методами корректировки работы команды, в том числе на основе коллегиальных решений		
7.	Зачет	УК-6.1, ПК-1.4 ПК-3.1, УК-3.1, УК-3.2			Формирование зачета происходит по результатам достижения рейтинговых показателей по текущему контролю
8.	7. Навыки коммуникации как ключевая составляющая эффективности менеджера	ПК-1.4 - Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компаний	знает типовые организационные формы и методы управления компанией, рациональные границы их применения; умеет выявлять возможности для повышения эффективности компаний; владеет навыками анализа и прогнозирования использования выявленных возможностей для повышения эффективности компании	(УО-3);	
9.	8. Грамотная бизнес-коммуникация	ПК-2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	знает основные принципы, методы, этапы разработки и реализации проектов изменения процессов деятельности компании; умеет разрабатывать проекты в изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией; владеет методами реализации проектов изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией.	(ПР-11);	

10.	9. Работа с конфликтом	УК-3.2 - Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	знает принципы и задачи организации работы команды; умеет выстраивать эффективные коммуникации в команде на основе современных технологий управления персоналом; владеет методами корректировки работы команды, в том числе на основе коллегиальных решений		
11.	10. Техники убеждения и переубеждения	УК-6.1- Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	знает основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; умеет применять на практике основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; владеет навыками применения на практике основных принципов самоорганизации и саморазвития; выделять основные этапы своей образовательной деятельности	(ПР-10)	
12.	11. Формирование единой информационной базы по профессиональным навыкам менеджера	УК-6.2 - Выстраивает и реализует гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	знает подходы к проектированию траектории личностного и профессионального развития; умеет проектировать траекторию личностного и профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования; владеет навыками проектирования траектории личностного и профессионального развития с учетом требований рынка труда	(УО-4)	

13.	Зачет с оценкой	ПК-1.4, ПК-2.4, УК-3.2, УК-6.1, УК-6.2	-	Формирование зачета с оценкой происходит по результатам достижения рейтинговых показателей по текущему контролю
-----	-----------------	--	---	---

Рекомендуемые формы оценочных средств: 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д. 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д. 3) тренажер (ТС-1); учебные задачи (ТС-2); комплексные ситуационные задачи (ТС-3)

II. Текущая аттестация по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера» проводится в форме контрольных мероприятий (защита доклада, дискуссия, деловая или ролевая игра, кейс-задача) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Темы для докладов:

1. Изменения подходов к руководству
2. Изменения в организации команд: от авторитарного руководства к agile.
3. Предпосылки формирования эмоционального лидерства.
4. Три фокуса внимания руководителя: управление задачами, управление людьми, управление собой.
5. Современный направления менеджмента, тренды управления.
6. Управление по задачам: постановка задач, матрица принятия решений.
7. Управление по вовлеченности: делегирование.
8. Переход к эмоциональному лидерству
9. Базовые понятия и принципы лидерства.
10. Основные теории лидерства, сравнительный анализ.
11. Закономерности лидерства.
12. Лидерство как социальный феномен.
13. Ситуационное лидерство как актуальный подход к взаимодействию с командой в менеджменте.
14. Типология DISC как способ объяснения особенностей поведения сотрудников, установления индивидуального подхода и грамотного решения конфликтов.
15. Анализ мотивирующих и демотивирующих факторов для каждого типа сотрудников.

16. Организация эффективного взаимодействия участников команды с учетом типологий.
17. Базовые понятия эмоционального интеллекта. IQ и множественный интеллект.
18. Особенности социального интеллекта. Его преимущества.
19. Способы развить эмоциональную компетентность.
20. Эмпатия как базовый навык современного менеджера.
21. Управленческий цикл: взаимодействие с командой на каждом этапе цикла.
22. Роли в команде по Белбину
23. Организация эффективного взаимодействия участников команды с учетом ролей.
24. Развитие команды по Б.Такману: этапы развития команды, эффективность команды на каждом этапе.
25. Бизнес-коммуникация: понятие, задачи, каналы, фильтры общения
26. Эффективное слушание: приемы активного слушания
27. Модель ""4 уха"" Шульца фон Туна
28. Виды коммуникативных барьеров
29. Причины конфликта
30. 5 стратегий поведения в конфликте Томаса-Кимена: выбор наилучшей стратегии
31. Принципы и подходы к конструктивному разрешению конфликта
32. Аргументация: подготовка аргументов, способы подбора действенных аргументов, типы аргументов
33. Аргументация: подходы, формирование, подготовка, грамотное использование.
34. Техника "Я-высказывание" как способ формирования эффективных отношений с клиентом

Критерии оценки докладов:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием	85-76

	проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Темы для дискуссий

1. Различие между менеджером и лидером
2. Внимание к человеку - актуальный тренд в менеджменте.
3. Эмоциональная компетентность: навыки и ограничения
4. Преимущества, возможности и ограничения каждой роли по Белбину
5. Роль руководителя на каждом этапе развития команды для поддержания конструктивной и результативной работы
6. Позитивные стороны конфликта
7. Преимущества и ограничения пяти стратегий поведения в конфликте
8. Способы конструктивного разрешения конфликта
9. Типы аргументов и их эффективное применение
10. Основные акценты в работе менеджера

Критерии оценки участия в дискуссии:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием	100 - 86

	проблемы, нет.	
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

3. Деловая или ролевая игра

Обратная связь - навык современного руководителя

Вы руководитель учебного центра крупного банка. Подготовьтесь к разговору, целью которого является предоставление корректирующей обратной связи сотруднику, который совершил ряд ошибок при подготовке и проведении тренинга.

Для этого познакомьтесь с кейсом, вспомните виды и правила (принципы) обратной связи, и заполните таблицу (для этого необходимо распечатать таблицу и заполнить ее от руки).

Шаг	1. Основные тезисы	2. Возможные вопросы для диалога
Опишите ситуацию		
Опишите поведение		
Опишите последствия		
Дайте рекомендации		

Вы руководитель учебного центра крупного банка. Вчера ваш сотрудник провел обучающее мероприятие (тренинг) по новой, разработанной им самостоятельно, теме.

Вы отметили, что содержание тренинга было слишком теоретическим с академическим уклоном, сложным для восприятия. Ваш сотрудник говорил очень монотонно и медленно. Участники тренинга настраивались на учебно-развлекательный лад, но было видно, что им сложно воспринимать часть материала, иногда они открыто скучали.

Не было живых историй, на которые люди могли бы сказать – «да, это про меня». Было мало интерактива, общения с аудиторией. Отсутствовал зрительный контакт тренера с участниками тренинга.

Вам необходимо дать корректирующую обратную связь вашему сотруднику, чтобы он не допустил подобных ошибок в следующий раз.

Задача: с помощью ролевого взаимодействия отработать эффективную технику обратной связи

Критерии оценки ролевого взаимодействия:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами	100 - 86

	анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

4. Кейс-задача

Вам необходимо ознакомиться с кейсом ниже и ответить на вопросы в прилагаемой таблице и с точки зрения торгового представителя, и с точки зрения директора магазина.

Кейс:

В торговой компании «Альфа» перед началом сезона продаж Начальник отдела продаж издал приказ всем торговым представителям перевести своих клиентов с отсрочки платежа с 60 дней на 30 дней.

Торговый представитель Андрей попросил директора магазина Александра платить за поставленный товар на 30 дней раньше, мотивируя это распоряжением начальства, «высоким» сезоном и тем, что после его окончания отсрочка будет увеличена опять до 60 дней. Никакие документы на изменение отсрочки не оформлялись. Через 3 месяца (в конце высокого сезона) Андрей увольняется, его место занимает новый торговый представитель.

В первый же приезд нового торгового представителя в магазин директор магазина просит увеличить время отсрочки до 60 дней, ссылаясь на договоренности с Андреем.

Роли и интересы:

Новый торговый представитель— удержать клиента, по возможности не увеличивать ему отсрочку, так как планы по деньгам ставятся из расчета 30 дней и для всех клиентов сроки едины.

Директор магазина — хочет работать по старой схеме (отсрочка 60 дней), но расставаться с компанией «Альфа» не хотел бы, так как давно с ними работает, да и в сезон был доволен поставками.

Таблица вопросов:

Вопрос	Торговый представитель	Директор магазина
Что усиливает мои позиции? В какой плоскости моя правота и самый сильный аргумент?		
Что может ослабить мои позиции? В чём правота и аргументы оппонента?		
Что хочу получить в результате переговоров? Куда хочу прийти?		
Как начну переговоры? Как «расположусь на выгодной местности»? Как расположусь в роли «хозяина»? Как буду выяснять позицию оппонента? Какие приёмы деловой и позиционной борьбы и в каком случае буду применять?		
Круг возможных вариантов, которые могут устроить нас. Зона компромисса.		
Следующий шаг в случае положительного решения? Какие обязательства по дальнейшим действиям каждая из сторон может взять на себя по итогам переговоров?		
Следующий шаг в случае отрицательного решения? Что даёт мне силу безразличия?		

Критерии оценки решения кейс-задач:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.	85-76

	Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера»

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Формирование зачета и зачета с оценкой происходит по результатам достижения рейтинговых показателей по текущему контролю. В рейтинге зачет и зачет с оценкой имеет нулевой вес.

VI. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Профессиональные навыки менеджера»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Управление бизнесом»

Форма подготовки: очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Стратегический менеджмент».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент».....	6
III. Текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент».....	19
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Стратегический менеджмент».....	39
Приложение 1 (справочное).....	40

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Стратегический менеджмент»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Введение в курс. Общие положения индивидуального задания. Выбор объекта и предмета исследования индивидуального задания	ПК-2.1. Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды	Знает основные понятия и термины теории стратегического менеджмента	УО-1	-
			Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы и, на её основе, использовать инструменты анализа внешней и внутренней среды	УО-1	-
			Владеет навыками разработки стратегии развития компании для достижения поставленных целей	УО-4	-
2	Тема 2. Стратегическая управленческая ситуация. Общая характеристика объекта индивидуального задания	ПК-2.1. Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды	Знает основные понятия и термины теории стратегического менеджмента	УО-1	-
			Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы и, на её основе, использовать инструменты анализа внешней и внутренней среды	УО-4	-
			Владеет навыками разработки стратегии развития компании для достижения поставленных целей	ПР-1	ПР-1
3	Тема 3. Процесс стратегического менеджмента и его особенности. Модель процесса выбора объекта индивидуального задания	ПК-2.2. Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды	Знает современные стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях	УО-1	-
			Умеет использовать современные практики формирования стратегии маркетинга и оценивать результаты реализации стратегии маркетинга её корпоративную и функциональную эффективность	УО-3	-
			Владеет навыками формирования стратегии маркетинга компании, исходя из целей её деятельности и требований внешней среды	ПР-1	ПР-1

4	Тема 4. Технологии проведения управленческого анализа. Анализ текущих показателей деятельности компании	ПК-2.4. Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Знает современные техники и методики разработки и реализации стратегии развития компании	УО-1	-
			Умеет разрабатывать проекты, планы, программы и стратегические мероприятия изменения процессов деятельности компании включая современные цифровые системы и методы	УО-4	-
			Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией для максимального удовлетворения потребностей клиентов	ПР-1	ПР-1
5	Тема 5. SWOT-анализ как управленческая технология для компании. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на деятельность компании	ПК-2.4. Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Знает современные техники и методики разработки и реализации стратегии развития компании	УО-1	-
			Умеет разрабатывать проекты, планы, программы и стратегические мероприятия изменения процессов деятельности компании включая современные цифровые системы и методы	УО-3	-
			Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией для максимального удовлетворения потребностей клиентов	ПР-10	ПР-1
6	Тема 6. Стратегические цели и мероприятия для разработки и реализации стратегии компании. Количественная оценка проблем деятельности компании	ПК-2.4. Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Знает современные техники и методики разработки и реализации стратегии развития компании	УО-1	-
			Умеет разрабатывать проекты, планы, программы и стратегические мероприятия изменения процессов деятельности компании включая современные цифровые системы и методы	УО-4	-
			Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией для максимального удовлетворения потребностей клиентов	ПР-10	ПР-1

7	Тема 7. Разработка и обоснование стратегических мероприятий для компании. Публичная защита	ПК-2.4. Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Знает современные техники и методики разработки и реализации стратегии развития компании	УО-3	-
			Умеет разрабатывать проекты, планы, программы и стратегические мероприятия изменения процессов деятельности компании включая современные цифровые системы и методы	УО-2	-
			Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией для максимального удовлетворения потребностей клиентов	ПР-3	ПР-1
Экзамен	-	-	-	ПР-1	

* Формы оценочных средств: собеседование (УО-1), тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2); круглый стол, дискуссия (УО-4); деловая и/или ролевая игра (ПР-10) и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Текущая аттестация магистрантов по дисциплине «Стратегический менеджмент» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент» проводится в форме контрольных мероприятий (круглого стола, панельной дискуссии, контрольной работы, тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения магистрантов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования

Тема 1:

1. Общие понятия, связанные со стратегическим менеджментом.
2. Система управления современной компанией как открытая система с обратной связью.
3. Основные различия между субъектами управления при наличии и отсутствии стратегии.

Тема 2:

1. Характеристика стратегической управленческой ситуации.
2. Моделирование стратегической управленческой ситуации.
3. Факторы, характеризующие среду принятия управленческого решения.

Тема 3:

1. Основные законы управления, реализуемые в процессе стратегического управления
2. Процесс получения синергетического эффекта при стратегическом управлении.
3. Модель развития современной компании в рамках закона: лидерства, эстафетности и интеллекта.

Тема 4:

1. Главные этапы процесса стратегического менеджмента для компании.
2. Последовательность этапов ситуационного анализа.
3. PEST-анализа для компании.

Тема 5:

1. Группировка критериев оценки стратегий для компании.
2. Наиболее известные схемы оценки стратегий.
3. SWOT-анализ как управленческая технология для компании.

Тема 6:

1. Экспертная оценка сильных и слабых сторон, угроз и благоприятных возможностей компании.
2. Матрица экспертной оценки компании.

Тема 7:

1. Оценка результативности выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании.
2. Количественная оценка проблем компании.

2. Вопросы для круглого стола и панельной дискуссии:

Тема 1:

1. Задачи стратегии применительно к компании.
2. Цели и задачи стратегического менеджмента для компании.

3. Стратегические направления деятельности компании в современных условиях.

Тема 2:

1. Моделирование стратегической управленческой ситуации. PEST-анализа для компании.
2. Тенденции изменения деловой среды компании.
3. Модель процесса стратегического управления ФКО, использующего действие законов эстафетности, лидерства и интеллекта.

Тема 3:

1. Главные этапы процесса стратегического менеджмента для компании.
2. Основные элементы оценки стратегий для компании.
3. Варианты выбора стратегии для компании.

Тема 4:

1. SWOT-анализ как универсальная технология управленческого анализа для компании.
2. Анализ текущих показателей деятельности компании.
3. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на компанию.

Тема 5:

1. Экспертная оценка сильных и слабых сторон, угроз и благоприятных возможностей компании.
2. Матрица экспертной оценки компании.
3. Содержание мероприятий при формулировании проблемного поля в рамках SWOT-матрицы компании.

Требования к представлению материалов:

- глубина и полнота раскрытия сущности деятельности компании;
- объективность изложения содержания источников информации;
- последовательность в изложении;
- доступность, ясность излагаемого материала;
- умение заинтересовать;
- убедительность выступления;
- культура речи, четкость дикции, темп изложения;
- соблюдение регламента выступления;
- текст легко читается, фон сочетается с текстом и графическими файлами;
- логическая последовательность информации на слайдах;
- общее впечатление от просмотра презентации;
- уровень аргументации при ответе на вопросы.

Ключи (ответы) на вопросы для круглого стола и панельной дискуссии:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные учебной и научной литературы, статистические данные, сведения о компании. Магистрант знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки	85-76

	при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Магистрант проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Контрольная (практическая) работа

В качестве объекта исследования необходимо выбрать современную компанию и дать её краткое описание (характеристику). Указать региональную сеть, общее число офисов, количество обслуживаемых физических и юридических лиц и другую информацию, важную для проводимого анализа.

На первом этапе необходимо определить факторы внешней и внутренней среды, влияющие на анализируемую компанию и внести их в таблицу 1. Рекомендуется выбирать по пять факторов для всех четырех сторон.

На втором этапе для определения ранга фактора используют шкалу качественной и количественной оценки фактора в условных единицах – в баллах. Шкала оценки представлена в форме таблицы 2, предусматривает использование пятибалльной шкалы значений критериев и учитывает различный уровень значимости факторов внешней и внутренней среды. Количество критериев сделать не менее 7.

Таблица 1 – Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на компанию

№	Наименование фактора	Сумма баллов	Ранг фактора
<i>1. Сильные стороны (S)</i>			
1.1			
1.2			
1.3			
1.4			
1.5			
<i>2. Слабые стороны (W)</i>			
2.1			
2.2			
2.3			
2.4			
2.5			

№ п/п фактора	Критерий оценки							Сумма баллов	Ранг фактора
	1	2	3	4	5	6	7		
3.1									
3.2									
3.3									
3.4									
3.5									
4.1									
4.2									
4.3									
4.4									
4.5									

На четвертом этапе для дальнейшего проведения SWOT-анализа, с целью оптимизации расчетов, в матрицу возьмите с каждой стороны по три фактора, которые имеют наибольший рейтинг (таблица 4).

Таблица 4 – Матрица SWOT-анализа компании

1. Сильные стороны	Сумма баллов	Ранг фактора	2. Слабые стороны	Сумма баллов	Ранг фактора
S1.			W1.		
S2.			W2.		
S3.			W3.		
3. Благоприятные возможности	Сумма баллов	Ранг фактора	4. Возможные угрозы	Сумма баллов	Ранг фактора
O1.			T1.		
O2.			T2.		
O3.			T3.		

После таблицы 4 необходимо сделать выводы о самых сильных факторах внутренней и внешней среды компании.

На пятом этапе рассматриваются различные сочетания сильных сторон с угрозами (СИУ) и возможностями (СИБ), а также слабых сторон с угрозами (СЛУ) и возможностями (СЛВ), по схеме, представленной на рисунке 4.2. На этом этапе вначале выполняют экспертную оценку сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды компании (таблица 5).

Таблица 5 – Экспертная оценка сильных и слабых сторон, угроз и благоприятных возможностей компании

Сравниваемый фактор	Оценка значимости	Сравниваемый фактор
S1		O1
		O2
		O3
		T1
		T2
		T3
S 2		O1
		O2
		O3
		T1
		T2

Сравниваемый фактор	Оценка значимости	Сравниваемый фактор
		T3
S 3		O1
		O2
		O3
		T1
		T2
		T3
W1		O1
		O2
		O3
		T1
		T2
		T3
W2		O1
		O2
		O3
		T1
		T2
		T3
W3		O1
		O2
		O3
		T1
		T2
		T3

Экспертная оценка определяет значимость сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды компании путем парного сравнения факторов сначала сильных сторон с благоприятными возможностями, сильных сторон с возможными угрозами, затем также слабых сторон с благоприятными возможностями, слабых сторон с возможными угрозами компании.

На пересечении строки и столбца ставится экспертная оценка значимости данного сочетания угроз и сильных сторон, возможностей и сильных сторон и прочее. Если угроза или возможность значима для сильных или слабых сторон компании, то оценка значимости такого сочетания будет высокой. Например, для 5 бальной шкалы оценок:

- очень сильная – 5 баллов;
- сильная – 4 балла;
- умеренная – 3 балла;
- слабая – 2 балла;
- нейтральная – 1 балл.

Таким образом, получаем экспертную оценку проблем, возникших на пересечении сильных и слабых сторон компании, с угрозами и возможностями внешней среды. Представим эти данные в виде матрицы (таблица 6).

Таблица 6 – Матрица экспертной оценки компании

		Сильные стороны			Слабые стороны			Суммарная оценка
		S1	S2	S3	W1	W2	W3	
Возможные угрозы	O1							
	O2							

	O3							
Благоприятные возможности	T1							
	T2							
	T3							
Суммарная оценка								

На шестом этапе формулируем мероприятия, необходимые для решения возникших проблемы для каждой комбинации сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями в рамках SWOT-матрицы (таблица 7).

Таблица 7 – Содержание мероприятий при формулировании проблемного поля в рамках SWOT-матрицы компании

Сравниваемые факторы		Содержание мероприятия	Условное обозначение
S1	O1		
	O2		
	O3		
	T1		
	T2		
	T3		
S 2	O1		
	O2		
	O3		
	T1		
	T2		
	T3		
S 3	O1		
	O2		
	O3		
	T1		
	T2		
	T3		
W1	O1		
	O2		
	O3		
	T1		
	T2		
	T3		
W2	O1		
	O2		
	O3		
	T1		
	T2		
	T3		
W3	O1		
	O2		
	O3		
	T1		

Сравниваемые факторы	Содержание мероприятия	Условное обозначение
T2		
T3		

Таким образом, получаем проблемное поле для компании (таблица 8). На пересечении строк и столбцов располагаем различные стратегические мероприятия, обусловленные конкретным сочетанием сильных или слабых сторон с угрозами и возможностями и для упрощения формы таблицы обозначаемы буквами.

Таблица 8 – Проблемное поле в рамках SWOT-матрицы компании

		Сильные стороны			Слабые стороны		
		S1	S2	S3	W1	W2	W3
Благоприятные возможности	O1						
	O2						
	O3						
Возможные угрозы	T1						
	T2						
	T3						

На седьмом этапе сформулированные таким образом мероприятия могут быть количественно оценены с использованием экспертных оценок сильных и слабых сторон, угроз и возможностей компании (таблица 9).

Таблица 9 – Количественная оценка проблем компании

Содержание мероприятия	Условное обозначение	Оценка экспертов	Сумма баллов	Ранг мероприятия
	А			
	Б			
	В			
	Г			
	Д			
	Е			
	Ж			
	З			
	И			
	К			
	Л			
	М			
	Н			
	О			

	П			
	Р			

Количественная оценка мероприятий складывается как сумма экспертных оценок комбинаций сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями (таблица 6), перекрывааемых сформулированным проблемным полем (таблица 8).

Количественная оценка сильных и слабых сторон позволяет расставить приоритеты и на основе этих приоритетов распределять ресурсы между различными проблемами компании.

По итогам проведенного SWOT-анализа и оценки проблем необходимо сформулировать вывод, в котором отразить основные стратегические цели для разработки и реализации стратегии компании.

Защита контрольной (практической) работы проводится в форме собеседования с ведущим преподавателем департамента.

Автору работы нужно быть готовым ответить на все вопросы по теме курса.

Работа не может быть допущена к защите, если:

- в нем отсутствует самостоятельность, и оно представляет плагиат;
- в нем отсутствует глубокий и тщательный SWOT-анализ компании и выполнена только на основе примеров из учебного пособия;
- отсутствует логическая связь между результатами, полученными по этапам выполнения всех этапов;
- работа выполнена формально, оформлена небрежно, в спешке;
- в работе содержится множество грамматических ошибок;
- если магистр не выполнил рекомендаций научного руководителя, по существу содержания и оформления работы.

Такая работа возвращается магистранту для устранения недостатков. После чего магистрант обязан выполнить рекомендации, замечания и представить работу в соответствующем виде.

Текст работы, оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95 ЕСКД, с помощью компьютерной верстки – через 1,5 интервала с применением шрифта Times New Roman размером не менее 14 pt.

Текст контрольной работы следует набирать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. При компьютерной верстке разрешается использовать возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты различной гарнитуры.

Абзац в тексте начинается отступом, равным 10 - 12,7 мм.

Оформление эссе должно соответствовать «Методическим указаниям по подготовке выпускных квалификационных и курсовых работ» Школы экономики и менеджмента, 2022.

Ключи (ответы) на контрольную (практическую) работу:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и	100 - 86

	последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

3. Формы оценочных средств на практических занятиях

Панельная дискуссия

Эта форма проведения практического занятия разработана для развития у магистрантов умений оперативно анализировать ситуации, выступать в роли экспертов, оппонентов, рецензентов, вычленять неверную или неточную информацию.

Цель: организация обсуждения проблемы в группе магистрантов до 25 человек и обеспечение магистрантам возможности практического использования теоретических знаний в условиях, моделирующих форм деятельности научных работников.

Этапы проведения

1. Проблема дискуссии формулируется преподавателем на практических занятиях из списка, представленного в п.1.

Выносимая для дискуссии тема необходимо рассмотреть в различных аспектах: правовом, экономическом, научно-техническом и социально-психологическом.

2. Магистранты делятся на три микрогруппы по 6–8 человек, которые условно представляют собой «группу оптимистов», «группу пессимистов» и «группу реалистов».

3. Члены каждой микрогруппы выбирают представителя, оппонента, рецензента, экспертов. Председатель в процессе дискуссии отстаивать их позицию.

4. Назначенные магистранты делают сообщение о компании, согласно заданию, до 10 минут. Затем отвечают на дополнительные вопросы. Преподаватель следит за тем, чтобы обсуждение не уходило в сторону от обсуждаемой проблемы.

5. В течение 5–10 минут в микрогруппе обсуждается состояние компании и вырабатывается общая точка зрения в соответствии с типом группы.

6. Представители групп получают возможность высказать мнение группы, отстаивая ее позиции. Остальные магистранты следят за ходом обсуждения и тем, насколько точно представитель микрогруппы выражает общую позицию. Они не могут высказывать собственное мнение, а имеют возможность лишь передавать в ходе обсуждения записки, в которых излагают свои соображения.

7. Затем выступает следующий докладчик и осуществляются этапы 5 и 6. Панельное обсуждение заканчивается по истечении отведенного времени или после принятия решения.

8. После окончания дискуссии представители групп проводят критический разбор хода обсуждения, а решения принимаются уже всеми магистрантами.

Коллективная форма взаимодействия и общения учит магистрантов формулировать мысли на профессиональном языке, владеть устной речью, слушать, слышать и понимать других, корректно и аргументированно вести спор. Совместная работа требует не только индивидуальной ответственности и самостоятельности, но и самоорганизации работы коллектива, требовательности, взаимной ответственности и дисциплины.

Метод «круглого стола»

Целевое назначение метода:

– обеспечение свободного, нерегламентированного обсуждения поставленных вопросов (тем) на основе постановки всех магистрантов в равное положение по отношению друг к другу;

– системное, проблемное обсуждение вопросов с целью видения разных аспектов проблемы.

Проблема для обсуждения формулируется преподавателем на практическом занятии из списка, представленного в п.1.

Необходимыми атрибутами «круглого стола» являются:

- соответствующая подготовка помещения для его проведения: симметричное расположение рабочих мест для того, чтобы студенты могли видеть друг друга;
- создание и пополнение фонда вопросов, на которые должны ответить участники «круглого стола»;
- наличие технических средств получения и обработки поступающей информации (при необходимости).

Этапы проведения «круглого стола»:

1. Краткое вводное слово преподавателя, который указывает на актуальность выносимой проблемы – формулирование концепции или школы менеджмента, специфику появления.
2. Заслушивание сообщений участников «круглого стола» по одной из концепции или школы менеджмента.
3. Постановка перед участниками «круглого стола» вопросов, поступивших из аудитории.
4. Развертывание дискуссии.
5. Выработка согласованных позиций по предмету обсуждения.
6. Подведение итогов практического занятия, которое предполагает общую оценку занятия и индивидуальную магистрантов. Преподаватель кратко раскрывает вопросы, не получившие глубокого освещения на занятии, дает задание на дальнейшую самостоятельную работу.

Здесь же назначается дата проведения очередной консультации, напоминает о следующем занятии.

Ролевая игра

Целевое назначение метода:

- обеспечение свободного, нерегламентированного обсуждения поставленных вопросов (тем) на основе постановки всех магистрантов в равное положение по отношению друг к другу;
- системное, проблемное обсуждение вопросов с целью видения разных аспектов проблемы.

Проблема для обсуждения формулируется преподавателем на практическом занятии 8 по теме «Оценка результатов деятельности компании по применению методов принятия управленческих решений» и практическом занятии 9 по теме «Разработка стратегических направлений по совершенствованию деятельности в компании по применению методов и инструментов принятия управленческих решений».

Ролевая игра предполагает деятельность магистрантов в рамках выбранных ими ролей, руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия, а не внешним сценарием поведения. Магистры могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил, определяя направления и исход игры.

Игра предполагает распределение ролей между участниками, процедура игры структурирована и регламентирована, хотя представляет собой свободный процесс импровизации в рамках ролевых «ограничений», направление которого определяется самими магистрантами в соответствии с их индивидуальными особенностями.

Ролевые цели магистрантов могут не совпадать и даже противоречить. Одну и ту же роль в заданной ситуации могут последовательно проигрывать несколько участников, что позволяет анализировать разные варианты поведения и их эффективность.

Ролевая игра позволяет расширять репертуар поведенческих реакций, развивать профессионально-важные качества личности (креативность, гибкость, способность к эффективному межличностному взаимодействию и т. п.). Однако управление ролевой игрой, анализ ее процесса и результата требует от преподавателя специфических умений и компетентности в психологии групповых процессов. В частности, умение организовывать групповую рефлексию, которой должна завершаться ролевая игра, во время которой личные впечатления, переживания и самооценка участников игры соотносится с

впечатлениями, переживаниями и оценками наблюдателей, а также с объективными результатами игры.

Существенные признаки ролевой игры:

- наличие игровой ситуации;
- набор индивидуальных ролей;
- несовпадение ролевых целей участников игры, принимающих на себя и исполняющих различные роли;
- игровое взаимодействие участников игры;
- проигрывание одной и той же роли разными участниками, многовариативность решений;
- групповая рефлексия процесса и результата.

Этапы подготовки и проведения ролевой игры

1. *Этап планирования.* Преподаватель определяет цели ролевой игры, выбирает форму ее проведения, т. е. способа разыгрывания содержания ситуации и действий участников игры, готовит ее методическое оснащение, оборудование, необходимое для ее проведения.

2. *Доигровой этап.* Предполагает непосредственное взаимодействие преподавателя с магистрантами с целью их инструктирования, распределения ролей, подготовки пространства для разыгрывания.

Магистры готовят резюме по теме, в котором отражается актуальность темы, цель и задачи исследования, основные положения проекта, которые должны отражать суть нововведения, то есть название самого новшества и характеристику процесса его введения (коммерциализации), а также базу нововведения (распространения). Необходимо показать связь между проектом (объектом стратегического предложения) и выбранной компанией.

3. *Игровой этап.* Представляет собой погружение в ситуацию и разыгрывание ее участниками в соответствии с их трактовкой ролей и опытом игрового взаимодействия. Этот этап предполагает ротацию в форме поочередного проигрывания участниками одной и той же роли, повтора

ситуации с разным составом участников, сменой ролей и т. п.

Распределение ролей на один этап следующее:

- 1) Экспертный совет: председатель и четыре эксперта.
- 2) Научный консультант.
- 3) Инвесторы: не менее трех.
- 4) Представитель органов власти.
- 5) Оппонент.
- 6) Рецензент.

По графику магистранты выступают с сообщением о своем проекте инновационно-инвестиционной деятельности по теме исследования выпускной квалификационной работы. Время выступлений – до 15 минут, представление доклада в формате презентации, с использованием метода визуализации. Обязательным элементом доклада должны быть обнадеживающие перспективы реализации проекта в выбранной теме исследования, особое внимание необходимо уделить анализу внешней среды, построению перечня внешних особенностей и возможностей, анализу стратегических альтернатив.

После доклада начинаются ответы на вопросы. Защита проекта должна проходить в виде творческой дискуссии, в обстановке доброжелательности. Вопросы по очереди задают не только члены экспертного совета и ролевые участники, но и магистранты, присутствующие на занятии. Активность на защите способствует развитию дискуссии и, следовательно, облегчает правильную оценку защищаемого проекта, ответы на вопросы должны быть конкретными, по возможности короткими.

4. *Заключительный этап.* Включает в себя рефлексия полученного магистрантами опыта ролевого взаимодействия по оценке реальности инновационно-инвестиционного проекта, урегулированию позиций и различных мнений, реализации намеченных целей, и

подведение ведущим итогов, выделение наиболее значимых результатов от реализации проектов, обобщение, установление взаимосвязей игровой ситуации с реальными жизненными ситуациями и личностными позициями участников.

Преимущество этого метода в том, что каждый из участников может представить себя в предложенной ситуации, ощутить те или иные состояния более реально, почувствовать последствия тех или иных действий и принять решение.

Ключи (ответы) на выполнение заданий панельной дискуссии, метода «круглого стола», ролевой игры:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Стратегический менеджмент» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для текущего контроля

Тестовые задания для текущего контроля по дисциплине: «Стратегический менеджмент» разработаны в Департаменте менеджмента и предпринимательства и выполнены в виде теста по каждой пройденной теме.

Задания теста выполнены в электронном варианте. Тестирование проводится по для всех магистрантов по единому варианту в течение 20 минут.

Тесты имеет форму из 10 заданий, на которые предлагаются четыре варианта ответов, из которых правильным может быть только один. Тестируемый должен указать буквы, которым соответствуют правильные ответы. Критерии оценки:

- 0-5 правильных ответов – 0 баллов;
- 6 правильных ответов – 6 баллов;
- 7 правильных ответа – 7 баллов;
- 8 правильных ответа – 8 баллов;
- 9 правильных ответа – 9 баллов;
- 10 правильных ответов – 10 баллов.

Тест 1 СМ

Тема 1. Предмет, цель и задачи дисциплины

ЗАДАНИЯ

1. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:

- А) объект исследования;
- Б) предмет исследования;
- В) объект управления;
- Г) субъект управления.

2. Целю изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование у магистров:

- А) глубоких теоретических знаний о стратегии для компании;
- Б) представления о принципиально новых технологиях управления в компании;
- В) практических навыков формирования и реализации стратегии;
- Г) умения формировать социально-экономическую стратегию для компании.

3. Типичная траектория стратегического управления начинается с оценки и понимания:

- А) внешней среды компании;
- Б) внутренней среды компании;
- В) управленческой ситуации в компании;
- Г) стратегической ситуации в компании.

4. Обратной связью для управленческого цикла стратегии для компании является:

- А) анализ стратегической ситуации в компании;
- Б) определение миссии и целей компании;
- В) оценка внешней и внутренней среды компании;
- Г) прогноз развития стратегической ситуации в компании.

5. Координация работ, обеспечивающих текущую деятельность компании, осуществляется посредством управления:

- А) тактического;
- Б) стратегического;
- В) проектного;
- Г) оперативного.

6. Непротиворечивость отдельных элементов стратегии компании – это:

- А) объективность;

- Б) совместимость;
 - В) адекватность;
 - Г) логичность.
- 7. Претендовать на успех может компания, способная ставить и реализовывать цели:**
- А) объективные;
 - Б) долговременные;
 - В) адекватные;
 - Г) комплексные.
- 8. Набор правил, выполняемый в определенной последовательности – это:**
- А) миссия;
 - Б) курс действий;
 - В) процедура;
 - Г) политика.
- 9. Направления и способы деятельности компании в определенной сфере определяет стратегия:**
- А) деловая;
 - Б) корпоративная;
 - В) генеральная;
 - Г) частная.
- 10. Внесение необходимых корректив в деятельность компании осуществляются в рамках управления:**
- А) стратегического;
 - Б) тактического;
 - В) оперативного;
 - Г) проектного.

Тест 2 СМ

Тема 2. Стратегическая управленческая ситуация.

Основные законы стратегического управления

ЗАДАНИЯ

- 1. Характеристика стратегической управленческой ситуации, не имеющей аналогов, называется:**
- А) приоритетность;
 - Б) неопределенность;
 - В) уникальность;
 - Г) эксклюзивность.
- 2. Стратегическая управленческая ситуация, не содержащая значительной доли креативной составляющей, называется:**
- А) определенной;
 - Б) неопределенной;
 - В) стандартной;
 - Г) нестандартной.
- 3. К факторам развития стратегической управленческой ситуации не относятся факторы:**
- А) компетентности;
 - Б) содействия;
 - В) противодействия;
 - Г) нейтральные.
- 4. Результатом PEST-анализа для выработки и принятия управленческих решений становятся:**
- А) рекомендации;
 - Б) мероприятия;

- В) направления;
Г) задачи.
- 5. В модели взаимодействия компании с внешней средой спрос зависит от:**
- А) финансов;
Б) информации;
В) лицензии;
Г) конкуренции.
- 6. В модели системы «организация-среда» к факторам микросреды относятся:**
- А) персонал;
Б) клиенты;
В) ресурсы;
Г) культура.
- 7. К факторам, формирующим внутреннюю среду компании, относится:**
- А) компетентность;
Б) управляемость;
В) технологичность;
Г) экономичность.
- 8. Основным интерес при стратегическом управлении представляют управленческие ситуации, имеющие характер:**
- А) неопределенности;
Б) противодействия;
В) конкурентности;
Г) уникальности.
- 9. Закон управления, при котором происходит консолидация ресурсов для решения приоритетных задач развития компании, называется закон:**
- А) приоритетности;
Б) цикличности;
В) синергетического эффекта;
Г) системности.
- 10. В соответствии с законом интеллекта, любому управленческому решению предшествует:**
- А) идея;
Б) инновация;
В) анализ;
Г) прогноз.

Тест 3 СМ

Тема 3. Процесс стратегического менеджмента и его особенности. Ситуационный анализ. Оценка и выбор стратегий ЗАДАНИЯ

- 1. Результаты SWOT-анализа используются при определении:**
- А) приоритетов развития;
Б) управленческой ситуации;
В) управленческого уровня;
Г) эффективности управления.
- 2. Процесс СМ по Ф. Аналоуи и А. Карамии на втором этапе требует уделять особое внимание на:**
- А) организационную культуру компании;
Б) миссию ФКО;
В) контроль за деятельностью компании;
Г) эффективность управления компании.

- 3. Сторонником «комплексного подхода» к определению сущности стратегического менеджмента, является:**
- А) Г. Минтцберг;
 - Б) И. Ансофф;
 - В) М. Портер;
 - Г) Р. Дафт.
- 4. Обычно продолжительность одного периода процесса разработки и внедрения стратегии составляет:**
- А) 3 месяца;
 - Б) 6 месяцев;
 - В) 12 месяцев;
 - Г) 18 месяцев.
- 5. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания strengths и threats называется поле:**
- А) СЛВ;
 - Б) СИУ;
 - В) СЛБ;
 - Г) СЛУ.
- 6. Ситуация, в которой известны результаты реализации ранее принятых стратегических решений, называется:**
- А) эталонная;
 - Б) допустимая;
 - В) приемлемая;
 - Г) результативная.
- 7. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:**
- А) мотивация для оценки;
 - Б) информация для оценки;
 - В) критерии для оценки;
 - Г) методы для оценки.
- 8. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:**
- А) хромые утки;
 - Б) денежные мешки;
 - В) темные лошадки;
 - Г) звезды.
- 9. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:**
- А) проигравший;
 - Б) победитель;
 - В) производитель прибыли;
 - Г) вопросительный знак.
- 10. К стратегическим индикаторам эффективности деятельности компании относится:**
- А) доля рынка;
 - Б) набор кредитных продуктов;
 - В) количество банкоматов;
 - Г) затраты, напрямую связанные с банковскими операциями.

Тест 4 СМ

Тема 4. SWOT-анализ как управленческая технология для финансово-кредитной организации
ЗАДАНИЯ

- 1. Технология СМ, позволяющая составить представление о ситуации принятия решения на основании имеющейся информации, называется:**
 - А) оценка;
 - Б) анализ;
 - В) решение;
 - Г) видение.
- 2. Технология СМ, позволяющая подготовить рекомендации по действиям на основании имеющейся информации, называется:**
 - А) оценка;
 - Б) экспертиза;
 - В) решение;
 - Г) анализ.
- 3. Результаты SWOT-анализа используются при определении:**
 - А) приоритетов развития;
 - Б) управленческой ситуации;
 - В) управленческого уровня;
 - Г) эффективности управления.
- 4. Результаты SWOT-анализа используются при определении:**
 - А) ключевых факторов успеха;
 - Б) ключевых факторов имиджа;
 - В) ключевых факторов миссии;
 - Г) ключевых факторов эффективного управления.
- 5. SWOT-анализ позволяет систематизировать:**
 - А) ключевые факторы успеха;
 - Б) приоритеты развития;
 - В) возникающие возможности;
 - Г) направления эффективного управления.
- 6. SWOT-анализ позволяет при формировании стратегии предусмотреть действия, направленные на:**
 - А) борьбу с инфляцией;
 - Б) предотвращение ожидаемых угроз;
 - В) развитие управленческого уровня;
 - Г) восстановление эффективного управления.
- 7. SWOT-анализ позволяет при формировании стратегии нейтрализовать:**
 - А) последствия борьбы с инфляцией;
 - Б) воздействие ожидаемых угроз;
 - В) влияние слабых сторон;
 - Г) снижение эффективности управления.
- 8. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания strengths и opportunities называется поле:**
 - А) СЛВ;
 - Б) СИУ;
 - В) СЛБ;
 - Г) СЛУ.
- 9. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания strengths и threats называется поле:**
 - А) СЛВ;
 - Б) СИУ;
 - В) СЛБ;
 - Г) СЛУ.
- 10. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания weaknesses и threats называется поле:**

- А) СЛВ;
- Б) СИУ;
- В) СЛВ;
- Г) СЛУ.

Тест 5 СМ

Тема 5. Стратегические цели и мероприятия для разработки и реализации стратегии финансово-кредитной организации

ЗАДАНИЯ

- 1. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания weaknesses и opportunities называется поле:**
 - А) СЛВ;
 - Б) СИУ;
 - В) СЛВ;
 - Г) СЛУ.
- 2. Экспертная оценка зависимости между факторами SWOT-анализа осуществляется на этапе:**
 - А) 3;
 - Б) 4;
 - В) 5;
 - Г) 6.
- 3. Матрица экспертной оценки зависимости между факторами SWOT-анализа осуществляется на этапе:**
 - А) 3;
 - Б) 4;
 - В) 5;
 - Г) 6.
- 14. Содержание мероприятий при формулировании проблемного поля в рамках SWOT-матрицы осуществляется на этапе:**
 - А) 3;
 - Б) 4;
 - В) 5;
 - Г) 6.
- 15. Определение проблемного поля в рамках SWOT-матрицы осуществляется на этапе:**
 - А) 3;
 - Б) 4;
 - В) 5;
 - Г) 6.
- 16. Сколько критериев было использовано для определения ранга факторов внешней и внутренней среды в SWOT-анализе:**
 - А) 7;
 - Б) 6;
 - В) 5;
 - Г) 4.
- 17. Какая шкала была использована для определения ранга факторов внешней и внутренней среды в SWOT-анализе:**
 - А) 3;
 - Б) 4;
 - В) 5;
 - Г) 7.

18. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «сильная» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:

- А) 5;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 2.

19. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «умеренная» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:

- А) 5;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 2.

20. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «слабая» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:

- А) 5;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 2.

Ключи (ответы) к тестам текущего контроля:

Тесты	Ответы на задания									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тест 1 СМ	Б	В	В	А	Г	Г	Б	В	А	Б
Тест 2 СМ	В	В	А	А	Г	Б	Б	Г	В	В
Тест 3 СМ	А	А	Б	В	Б	А	Г	В	Б	А
Тест 4 СМ	Б	Г	А	А	В	Б	Б	В	Б	А
Тест 5 СМ	Г	В	В	Г	Г	А	В	Б	В	Г

Оценочные средства для текущего контроля

Тестовые задания для итогового контроля по дисциплине: «Стратегический менеджмент» разработаны в департаменте «Менеджмента и предпринимательства» и выполнены в виде теста по каждой пройденной теме.

Задания теста выполнены в электронном варианте. Тестирование проводится по для всех магистрантов по индивидуальному варианту в течение 40 минут.

Тесты имеет форму из 20 заданий, на которые предлагаются четыре варианта ответов, из которых правильным может быть только один. Тестируемый должен указать буквы, которым соответствуют правильные ответы. Критерии оценки:

- 0-11 правильных ответов – 0 баллов;
- 12-13 правильных ответов – 6 баллов;
- 14-15 правильных ответа – 7 баллов;
- 16-17 правильных ответа – 8 баллов;
- 18-19 правильных ответа – 9 баллов;
- 20 правильных ответов – 10 баллов.

Банки тестовых заданий итогового контроля

Итоговый тест по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Вариант 1

ЗАДАНИЯ

- 1. Технология СМ, позволяющая составить представление о ситуации принятия решения на основании имеющейся информации, называется:**
 - А) оценка;
 - Б) анализ;
 - В) решение;
 - Г) видение.
- 2. Обычно продолжительность одного периода процесса разработки и внедрения стратегии составляет:**
 - А) 3 месяца;
 - Б) 6 месяцев;
 - В) 12 месяцев;
 - Г) 18 месяцев.
- 3. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:**
 - А) объект исследования;
 - Б) предмет исследования;
 - В) объект управления;
 - Г) субъект управления.
- 4. Разработка сценариев возможного развития ситуации осуществляется после:**
 - А) анализа ситуации;
 - Б) экспертной оценки ситуации;
 - В) анализа информации;
 - Г) обработки данных и оценки результатов экспертизы.
- 5. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:**
 - А) мотивация для оценки;
 - Б) информация для оценки;
 - В) критерии для оценки;
 - Г) методы для оценки.
- 6. SWOT-анализ позволяет при формировании стратегии предусмотреть действия, направленные на:**
 - А) борьбу с инфляцией;
 - Б) предотвращение ожидаемых угроз;
 - В) развитие управленческого уровня;
 - Г) восстановление эффективного управления.
- 7. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:**
 - А) хромые утки;
 - Б) денежные мешки;
 - В) темные лошадки;
 - Г) звезды.
- 8. Основной интерес при стратегическом управлении представляют управленческие ситуации, имеющие характер:**
 - А) неопределенности;
 - Б) противодействия;
 - В) конкурентности;
 - Г) уникальности.
- 9. Внесение необходимых корректив в деятельность компании осуществляются в рамках управления:**
 - А) стратегического;
 - Б) тактического;
 - В) оперативного;

Г) проектного.

10. Выбор подходящей стратегии для компании является прерогативой:

- А) собрания акционеров;
- Б) высшего руководства;
- В) решением коллектива;
- Г) ЦБ России.

11. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания weaknesses и opportunities называется поле:

- А) СЛВ;
- Б) СИУ;
- В) СЛВ;
- Г) СЛУ.

12. Координация работ, обеспечивающих текущую деятельность компании, осуществляется посредством управления:

- А) тактического;
- Б) стратегического;
- В) проектного;
- Г) оперативного.

13. Претендовать на успех может компания, способная ставить и реализовывать цели:

- А) объективные;
- Б) долговременные;
- В) адекватные;
- Г) комплексные.

14. К факторам, формирующим ее внутреннюю среду, относится:

- А) компетентность;
- Б) управляемость;
- В) технологичность;
- Г) экономичность.

15. С позиции PEST-анализа изменения в сфере банковского обслуживания клиентов относятся к:

- А) Political;
- Б) Economic;
- В) Social;
- Г) Technological.

16. Сколько критериев было использовано для определения ранга факторов внешней и внутренней среды в SWOT-анализе:

- А) 7;
- Б) 6;
- В) 5;
- Г) 4.

17. В соответствии с законом интеллекта, любому управленческому решению предшествует:

- А) идея;
- Б) инновация;
- В) анализ;
- Г) прогноз.

18. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:

- А) проигравший;
- Б) производитель прибыли;
- В) победитель;
- Г) вопросительный знак.

19. Закон управления, при котором происходит консолидация ресурсов для решения приоритетных задач развития компании, называется:

- А) приоритетности;
- Б) цикличности;
- В) синергетического эффекта;
- Г) системности.

20. Типичная траектория стратегического управления начинается с оценки и понимания:

- А) внешней среды компании;
- Б) внутренней среды ФКО;
- В) управленческой ситуации в компании;
- Г) стратегической ситуации в компании.

Итоговый тест по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Вариант 2

ЗАДАНИЯ

1. Сторонником «комплексного подхода» к определению сущности стратегического менеджмента, относится:

- А) Г. Минтцберг;
- Б) И. Ансофф;
- В) М. Портер;
- Г) Р. Дафт.

2. Технология СМ, позволяющая подготовить рекомендации по действиям на основании имеющейся информации, называется:

- А) оценка;
- Б) экспертиза;
- В) решение;
- Г) анализ.

3. Непротиворечивость отдельных элементов стратегии компании – это:

- А) объективность;
- Б) совместимость;
- В) адекватность;
- Г) логичность.

4. Стратегическая управленческая ситуация, не содержащая значительной доли креативной составляющей, называется:

- А) определенной;
- Б) неопределенной;
- В) стандартной;
- Г) нестандартной.

5. К факторам развития стратегической управленческой ситуации не относятся факторы:

- А) компетентности;
- Б) содействия;
- В) противодействия;
- Г) нейтральные.

6. Критерий оценки, в соответствии с которым стратегия должна соответствовать ожиданиям конкретных групп поддержки, называется:

- А) последовательность;
- Б) пригодность;
- В) преимущество;

Г) приемлемость.

7. SWOT-анализ позволяет при формировании стратегии нейтрализовать:

- А) последствия борьбы с инфляцией;
- Б) воздействие ожидаемых угроз;
- В) влияние слабых сторон;
- Г) снижение эффективности управления.

8. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:

- А) хромые утки;
- Б) денежные мешки;
- В) темные лошадки;
- Г) звезды.

9. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:

- А) объект исследования;
- Б) предмет исследования;
- В) объект управления;
- Г) субъект управления.

10. В соответствии с законом интеллекта, любому управленческому решению предшествует:

- А) идея;
- Б) инновация;
- В) анализ;
- Г) прогноз.

11. В модели взаимодействия компании с внешней средой спрос зависит от:

- А) финансов;
- Б) информации;
- В) лицензии;
- Г) конкуренции.

12. Экспертная оценка зависимости между факторами SWOT-анализа осуществляется на этапе:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 6.

13. Ситуация, в которой известны результаты реализации ранее принятых стратегических решений, называется:

- А) эталонная;
- Б) допустимая;
- В) приемлемая;
- Г) результативная.

14. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:

- А) мотивация для оценки;
- Б) информация для оценки;
- В) критерии для оценки;
- Г) методы для оценки.

15. Выбор подходящей стратегии для компании является прерогативой:

- А) собрания акционеров;
- Б) высшего руководства;
- В) решением коллектива;
- Г) ЦБ России.

16. С позиции PEST-анализа изменения в связи с цифровизацией и информатизацией относятся к:

- А) Political;

- Б) Economic;
- В) Social;
- Г) Technological.

17. Какая шкала была использована для определения ранга факторов внешней и внутренней среды в SWOT-анализе:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 7.

18. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:

- А) проигравший;
- Б) производитель прибыли;
- В) победитель;
- Г) вопросительный знак.

19. Основным интерес при стратегическом управлении представляют управленческие ситуации, имеющие характер:

- А) неопределенности;
- Б) противодействия;
- В) конкурентности;
- Г) уникальности.

20. Целю изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование у магистров:

- А) глубоких теоретических знаний о стратегии для компании;
- Б) представления о принципиально новых технологиях управления в компании;
- В) практических навыков формирования и реализации стратегии;
- Г) умения формировать социально-экономическую стратегию для компании.

Итоговый тест по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Вариант 3

ЗАДАНИЯ

1. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:

- А) объект исследования;
- Б) предмет исследования;
- В) объект управления;
- Г) субъект управления.

2. Обычно продолжительность одного периода процесса разработки и внедрения стратегии составляет:

- А) 3 месяца;
- Б) 6 месяцев;
- В) 12 месяцев;
- Г) 18 месяцев.

3. Результаты SWOT-анализа используются при определении:

- А) приоритетов развития;
- Б) управленческой ситуации;
- В) управленческого уровня;
- Г) эффективности управления.

4. Координация работ, обеспечивающих текущую деятельность компании, осуществляется посредством управления:

- А) тактического;

- Б) стратегического;
- В) проектного;
- Г) оперативного.

5. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:

- А) мотивация для оценки;
- Б) информация для оценки;
- В) критерии для оценки;
- Г) методы для оценки.

6. В модели системы «организация-среда» к факторам микросреды относится:

- А) персонал;
- Б) клиенты;
- В) ресурсы;
- Г) культура.

7. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:

- А) хромые утки;
- Б) денежные мешки;
- В) темные лошадки;
- Г) звезды.

8. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания strengths и opportunities называется поле:

- А) СЛВ;
- Б) СИУ;
- В) СЛБ;
- Г) СЛУ.

9. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:

- А) проигравший;
- Б) производитель прибыли;
- В) победитель;
- Г) вопросительный знак.

10. Выбор подходящей стратегии для компании является прерогативой:

- А) собрания акционеров;
- Б) высшего руководства;
- В) решением коллектива;
- Г) ЦБ России.

11. К факторам, формирующим ее внутреннюю среду, относится:

- А) компетентность;
- Б) управляемость;
- В) технологичность;
- Г) экономичность.

12. Закон управления, при котором происходит консолидация ресурсов для решения приоритетных задач развития компании, называется:

- А) приоритетности;
- Б) цикличности;
- В) синергетического эффекта;
- Г) системности.

13. Матрица экспертной оценки зависимости между факторами SWOT-анализа осуществляется на этапе:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 6.

- 14. Разработка сценариев возможного развития ситуации осуществляется после:**
- А) анализа ситуации;
 - Б) экспертной оценки ситуации;
 - В) анализа информации;
 - Г) обработки данных и оценки результатов экспертизы.
- 15. В модели взаимодействия компании с внешней средой спрос зависит от:**
- А) финансов;
 - Б) информации;
 - В) лицензии;
 - Г) конкуренции.
- 16. Критерий оценки, в соответствии с которым стратегия должна соответствовать ожиданиям конкретных групп поддержки, называется:**
- А) последовательность;
 - Б) пригодность;
 - В) преимущество;
 - Г) приемлемость.
- 17. С позиции PEST-анализа возможный риск от санкций против России относится к:**
- А) Political;
 - Б) Economic;
 - В) Social;
 - Г) Technological.
- 18. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «сильная» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:**
- А) 5;
 - Б) 4;
 - В) 3;
 - Г) 2.
- 19. Внесение необходимых корректив в деятельность компании осуществляются в рамках управления:**
- А) стратегического;
 - Б) тактического;
 - В) оперативного;
 - Г) проектного.
- 20. В соответствии с законом интеллекта, любому управленческому решению предшествует:**
- А) идея;
 - Б) инновация;
 - В) анализ;
 - Г) прогноз.

Итоговый тест по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Вариант 4

ЗАДАНИЯ

- 1. Сторонником «комплексного подхода» к определению сущности стратегического менеджмента, относится:**
- А) Г. Минтцберг;
 - Б) И. Ансофф;
 - В) М. Портер;
 - Г) Р. Дафт.
- 2. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:**

- А) объект исследования;
- Б) предмет исследования;
- В) объект управления;
- Г) субъект управления.

3. Ситуация, в которой известны результаты реализации ранее принятых стратегических решений, называется:

- А) эталонная;
- Б) допустимая;
- В) приемлемая;
- Г) результативная.

4. Результаты SWOT-анализа используются при определении:

- А) ключевых факторов успеха;
- Б) ключевых факторов имиджа;
- В) ключевых факторов миссии;
- Г) ключевых факторов эффективного управления.

5. К стратегическим индикаторам эффективности деятельности компании относится:

- А) доля рынка;
- Б) набор кредитных продуктов;
- В) количество банкоматов;
- Г) затраты, напрямую связанные с банковскими операциями.

6. Критерий оценки, в соответствии с которым стратегия должна соответствовать ожиданиям конкретных групп поддержки, называется:

- А) последовательность;
- Б) пригодность;
- В) преимущество;
- Г) приемлемость.

7. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:

- А) хромые утки;
- Б) денежные мешки;
- В) темные лошадки;
- Г) звезды.

8. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:

- А) проигравший;
- Б) производитель прибыли;
- В) победитель;
- Г) вопросительный знак.

9. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания *strengths* и *threats* называется поле:

- А) СЛВ;
- Б) СИУ;
- В) СЛБ;
- Г) СЛУ.

10. Непротиворечивость отдельных элементов стратегии компании – это:

- А) объективность;
- Б) совместимость;
- В) адекватность;
- Г) логичность.

11. Стратегическая управленческая ситуация, не содержащая значительной доли креативной составляющей, называется:

- А) определенной;
- Б) неопределенной;

- В) стандартной;
- Г) нестандартной.

12. В модели системы «организация-среда» к факторам микросреды относятся:

- А) персонал;
- Б) клиенты;
- В) ресурсы;
- Г) культура.

13. Набор правил, выполняемый в определенной последовательности – это:

- А) миссия;
- Б) курс действий;
- В) процедура;
- Г) политика.

14. Содержание мероприятий при формулировании проблемного поля в рамках SWOT-матрицы осуществляется на этапе:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 6.

15. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:

- А) мотивация для оценки;
- Б) информация для оценки;
- В) критерии для оценки;
- Г) методы для оценки.

16. Закон управления, при котором происходит консолидация ресурсов для решения приоритетных задач развития компании, называется:

- А) приоритетности;
- Б) цикличности;
- В) синергетического эффекта;
- Г) системности.

17. К факторам развития стратегической управленческой ситуации не относятся факторы:

- А) компетентности;
- Б) содействия;
- В) противодействия;
- Г) нейтральные.

18. С позиции PEST-анализа реализация государственных проектов в сфере ипотечного кредитования относится к:

- А) Political;
- Б) Economic;
- В) Social;
- Г) Technological.

19. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «умеренная» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:

- А) 5;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 2.

20. Выбор подходящей стратегии для компании является прерогативой:

- А) собрания акционеров;
- Б) высшего руководства;
- В) решением коллектива;
- Г) ЦБ России.

Итоговый тест по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Вариант 5

ЗАДАНИЯ

- 1. Выбор подходящей стратегии для компании является прерогативой:**
 - А) собрания акционеров;
 - Б) высшего руководства;
 - В) решением коллектива;
 - Г) ЦБ России.
- 2. Обычно продолжительность одного периода процесса разработки и внедрения стратегии составляет:**
 - А) 3 месяца;
 - Б) 6 месяцев;
 - В) 12 месяцев;
 - Г) 18 месяцев.
- 3. Ситуация, в которой известны результаты реализации ранее принятых стратегических решений, называется:**
 - А) эталонная;
 - Б) допустимая;
 - В) приемлемая;
 - Г) результативная.
- 4. Разработка сценариев возможного развития ситуации осуществляется после:**
 - А) анализа ситуации;
 - Б) экспертной оценки ситуации;
 - В) анализа информации;
 - Г) обработки данных и оценки результатов экспертизы.
- 5. SWOT-анализ позволяет систематизировать:**
 - А) ключевые факторы успеха;
 - Б) приоритеты развития;
 - В) возникающие возможности;
 - Г) направления эффективного управления.
- 6. Критерий оценки, в соответствии с которым стратегия должна соответствовать ожиданиям конкретных групп поддержки, называется:**
 - А) последовательность;
 - Б) пригодность;
 - В) преимущество;
 - Г) приемлемость.
- 7. Претендовать на успех может компания, способная ставить и реализовывать цели:**
 - А) объективные;
 - Б) долговременные;
 - В) адекватные;
 - Г) комплексные.
- 8. В матрице МакКинси высокой привлекательности отрасли и средней конкурентной позиции соответствует позиция:**
 - А) проигравший;
 - Б) производитель прибыли;
 - В) победитель;
 - Г) вопросительный знак.
- 9. Стратегический менеджмент в управлении компании – это:**
 - А) объект исследования;
 - Б) предмет исследования;
 - В) объект управления;

Г) субъект управления.

10. Матрица видов SWOT-анализа, где исследуются различные сочетания weaknesses и threats называется поле:

- А) СЛВ;
- Б) СИУ;
- В) СЛВ;
- Г) СЛУ.

11. Что не относится к основным элементам оценки стратегий для компании:

- А) мотивация для оценки;
- Б) информация для оценки;
- В) критерии для оценки;
- Г) методы для оценки.

12. Характеристика стратегической управленческой ситуации, не имеющей аналогов, называется:

- А) приоритетность;
- Б) неопределенность;
- В) уникальность;
- Г) эксклюзивность.

13. Направления и способы деятельности компании в определенной сфере определяет стратегия:

- А) деловая;
- Б) корпоративная;
- В) генеральная;
- Г) частная.

14. Разработка сценариев возможного развития ситуации осуществляется после:

- А) анализа ситуации;
- Б) экспертной оценки ситуации;
- В) анализа информации;
- Г) обработки данных и оценки результатов экспертизы.

15. Определение проблемного поля в рамках SWOT-матрицы осуществляется на этапе:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 6.

16. Обратной связью для управленческого цикла стратегии для компании является:

- А) анализ стратегической ситуации в компании;
- Б) определение миссии и целей компании;
- В) оценка внешней и внутренней среды компании;
- Г) прогноз развития стратегической ситуации в компании.

17. В матрице BCG высокий темп роста и низкая доля рынка соответствует сценарию:

- А) хромые утки;
- Б) денежные мешки;
- В) темные лошадки;
- Г) звезды.

18. К стратегическим индикаторам эффективности деятельности компании относится:

- А) доля рынка;
- Б) набор кредитных продуктов;
- В) количество банкоматов;
- Г) затраты, напрямую связанные с банковскими операциями.

19. Результатом PEST-анализа для выработки и принятия управленческих решений становятся:

- А) рекомендации;
- Б) мероприятия;
- В) направления;
- Г) задачи.

20. Экспертная оценка значимости сочетания сторон «слабая» в SWOT-анализе соответствует значению в баллах:

- А) 5;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 2.

Ключи (ответы) к итоговому тесту:

	1/11	2/12	3/13	4/14	5/15	6/16	7/17	8/18	9/19	10/20
Вариант 1	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>
	<i>Г</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>А</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>В</i>
Вариант 2	<i>Б</i>	<i>Г</i>	<i>Г</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>
	<i>Г</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>	<i>В</i>
Вариант 3	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>
	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>
Вариант 4	<i>Б</i>	<i>Б</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>В</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>	<i>Г</i>
	<i>В</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>	<i>Г</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>
Вариант 5	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Б</i>	<i>А</i>
	<i>Г</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>	<i>А</i>	<i>В</i>	<i>А</i>	<i>А</i>	<i>Г</i>

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работа	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Операционный менеджмент»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток

2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Операционный менеджмент»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Операционный менеджмент»	5
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Операционный менеджмент»	9
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Операционный менеджмент».....	19
Приложение 1 (справочное)	

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Операционный менеджмент»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Раздел 1. Введение в операционный менеджмент. Стратегия операционной деятельности	ПК-3.2. Организует операционное управление деятельностью компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка	Знает теорию организации операционного управления деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка Умеет организовывать операционное управление деятельностью компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка Владеет практическими навыками операционного управления деятельностью компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)
2.	Раздел 2. Организация производственных процессов во времени и пространстве.	ПК-3.1. Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	Знает теоретические основы техник организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов Владеет навыками анализа и оценки результатов организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)
		ПК-3.4. Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей	Знает современные методы и модели для разработки управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления Умеет анализировать разнообразные данные с использованием современных методов и моделей для решения задач планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)

			Владеет навыком разработки альтернатив управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей		
3.	Раздел 3. Современные подходы к совершенствованию управления производством	ПК-2.5 Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	Знает современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов Владеет навыками использования современных инструментов при реализации бизнес и организационных проектов	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11)	Тест (ПР-1)
4.	Экзамен				Тест (ПР-1)

II. Текущая аттестация по дисциплине «Операционный менеджмент»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Операционный менеджмент» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Операционный менеджмент» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической работы, тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Групповая дискуссия (УО-4)

Основные цели групповой дискуссии:

- обсуждение сложных и актуальных проблем;
- разбор вопросов, которые не имеют однозначного варианта решения;
- обмен знаниями и опытом между слушателями;
- формирование умения аргументировать собственную точку зрения;
- развитие навыков продуктивной коллективной деятельности;
- наработка способности к самоорганизации и самообразованию;
- создание благоприятных условий для повышения активности и творческой инициативы слушателей;
- косвенная проверка уровня понимания и усвоения изученного материала.

Порядок проведения групповой дискуссии.

1. Студентам предлагается обсудить актуальную (спорную, неоднозначную) проблему. Студенты могут также предложить свою тему для коллективного обсуждения.
2. Дискуссия по проблемной теме проходит в свободной форме, в ходе которой слушатели могут высказывать свои мысли.
3. Задача преподавателя состоит в том, чтобы направлять дискуссию, создавать возможности для высказывания различных точек зрения, обращать внимание на те или иные стороны обсуждаемых вопросов. При этом преподавателю не следует навязывать слушателям свою точку зрения, позицию, чтобы не снижать активности и творческой инициативы участников дискуссии.
4. По завершению обсуждения преподаватель подводит итоги дискуссии и высказывает свою точку зрения, основанную на анализе и синтезе мнения слушателей и собственных знаний, а также даёт рекомендации, направленные на повышение продуктивности групповой дискуссии.

Вопросы для дискуссий:

1. Главная цель организации: производство готового продукта или прибыль?
2. Как связаны разные структуры: организационная, производственная, структура системы управления?
3. Сравнительная технико-экономическая характеристика типов производства (единичный, серийный, массовый)

4. Как выбрать место размещения производства?
5. Последовательный, параллельно-последовательный, параллельный – какой вид движения предметов труда по операциям выбрать?
6. Как определить величину требуемой мощности предприятия на долгосрочный период?
7. Диспетчирование производства - особый тип управленческой деятельности?
8. Как современные организации обеспечивают качество продукции?
9. Производственные запасы – иметь или не иметь?
10. Как методы бережливого производства меняют производственные системы организаций?

Требования к представлению материалов:

Подготовленные в письменной форме тезисы для участия в дискуссии, объемом 1-2 страницы, а также наглядный иллюстративный материал в форме презентации.

Примерная типовая структура сообщения для выступления в качестве участника дискуссии должна предусматривать:

- вступительную часть, в которой кратко заявляется позиция выступающего по теме дискуссии;
- используемый понятийный аппарат -указывается, какое содержание вкладывается выступающим в специальные используемые в сообщении термины;
- основная часть выступления, в которой излагаются основные тезисы, факты, логические зависимости, на которых основывается позиция выступающего, здесь же приводятся аргументы за и против, указываются сильные и слабые стороны, возможности и риски;
- заключительная часть, в которой подводится итог, указываются на какие вопросы не был найден однозначный ответ, что надо изучить дополнительно и т.д.

Критерии оценки результатов групповой дискуссии.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием	85-76

	проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Кейс-задача (ПР-11)

Основные цели кейс-задачи - развитие умений и навыков:

- самоорганизации и самообразования;
- анализа сложных и актуальных проблем;
- осуществления продуктивной интеллектуальной деятельности в составе коллектива;
- выработать нестандартные решения в ситуации неопределённости;
- письменного изложения собственных мыслей.

Порядок выполнения кейс-задач.

1. В процессе самостоятельной внеаудиторной деятельности студент индивидуально изучает и решает кейс-задачи в виде актуальных (сложных, спорных, неоднозначных) управленческих проблем.

2. По результатам деятельности каждый студент подготавливает развёрнутый электронный документ (объём не регламентируется). Документ должен содержать: название анализируемой темы, Ф.И.О. исполнителя, номер группы, обобщённые и структурированные результаты индивидуальной творческой деятельности, использованные источники (с наличием ссылок по тексту).

Пример кейс-задачи - кейс «Это же нелогично!»

Прочитайте цитату из книги «Сделано в Японии», написанную одним из основателей и многолетним руководителем компании SONY Corporation Акио Морита:

«... Во время своих путешествий я встретился с одним американским торговцем, который посмотрел на приемник и сказал, что тот ему очень понравился. Он сообщил, что его сеть имеет около ста пятидесяти магазинов, и ему потребуется большое количество приемников. Это обрадовало меня, и, к счастью, он не просил меня ставить на приемниках название его торговой компании. Он только попросил меня сообщить ему предложение о цене партий в пять тысяч, десять тысяч, тридцать тысяч, пятьдесят тысяч и сто тысяч приемников. Вот это предложение! Теперь я мог бы компенсировать все, что я потерял, отвергнув заказ для «Бюлова».

... Но, вернувшись в гостиницу, я начал размышлять о возможных последствиях столь крупных заказов для нашей небольшой производственной базы в Токио... Я был неопытным и все еще немного наивным, но у меня была голова на плечах. Я рассмотрел все последствия, какие только мог себе вообразить... Цену пяти тысяч приемников я взял за основу, она стала исходной точкой. Десять тысяч приемников будут проданы со скидкой. При заказе на тридцать тысяч цена начинала расти. При заказе на пятьдесят тысяч цена приемника была бы выше, чем при заказе на пять тысяч, а при заказах на сто тысяч цена приемника была бы гораздо выше, чем при заказе на первые пять тысяч... Я понимаю, все это звучит странно, но я рассуждал так...

Я вернулся на следующий день с предложением о цене. Покупатель посмотрел на него и замолчал, словно не поверив собственным глазам. Отложив бумагу в сторону, он стал мне терпеливо объяснять: «Господин Морита, я работаю в качестве торгового агента почти тридцать лет, и вы – первый человек, который пришел сюда и заявил мне, что чем больше я куплю, тем выше будет стоять магнитофон. Это же нелогично!» Я объяснил ему причину этого, и он внимательно выслушал меня. Когда он справился со своим шоком, он немного подумал, улыбнулся и заказал десять тысяч приемников — по соответствующей цене,— что устраивало и его, и меня...»

Вопросы к кейсу. Как Акио Морита объяснил свою «нелогичную» ценовую политику американскому торговцу? Как она связана с операционной стратегией компании?

Критерии оценки кейс-задачи:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной	75-61

	темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Операционный менеджмент»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Операционный менеджмент» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)

1. Банк тестовых заданий

1. При каком виде движения партии продукции по операциям технологический цикл имеет наибольшую длительность?
 - А) При параллельном движении
 - Б) При последовательном движении
 - В) При параллельно-последовательном движении

2. В какой последовательности должны размещаться на территории предприятия основные цехи, чтобы был обеспечен принцип прямооточности?
 - А) Заготовительные и сборочные цехи не должны размещаться на территории предприятия
 - Б) Заготовительные цехи не должны размещаться на территории предприятия
 - В) Размещение цехов никак не связано с указанным принципом
 - Г) Основные цехи не должны размещаться на территории предприятия
 - Д) Обработывающие цехи -> Заготовительные цехи -> Сборочные цехи
 - Е) Заготовительные цехи -> Обработывающие цехи -> Сборочные цехи

3. Первичным звеном организации процесса производства является:
 - А) Участок
 - Б) Корпус
 - В) Цех
 - Г) Рабочее место

4. Какие производственные процессы являются синтетическими?
 - А) Те, в которых осуществляется производство одного вида продукции из одного вида сырья

- Б) Те, в которых многие виды продукции изготавливаются из одного сырья
- В) Те, в которых из различных видов сырья и материалов изготавливается один вид продукции

5. Как для обеспечения принципа прямоточности должны размещаться на территории предприятия основные цехи?

- А) По ходу производственного процесса
- Б) Основные цехи не должны размещаться на территории предприятия
- В) Против хода производственного процесса
- Г) Размещение цехов никак не связано с указанным принципом

6. Какое из указанных неравенств правильно характеризует соотношение длительностей технологического цикла изготовления продукции при последовательном (Т_{посл.}), при параллельном (Т_{пар.}) и при параллельно-последовательном (Т_{пар.-посл.}) движении партии продукции по операциям? А) Т_{пар.-посл.} > Т_{пар.} > Т_{посл.}

- Б) Т_{посл.} > Т_{пар.-посл.} > Т_{пар.}
- В) Т_{пар.} > Т_{посл.} > Т_{пар.-посл.}

7. Какая форма специализации производственных подразделений (рабочих центров) применяется в единичном и мелкосерийном производстве? А) Технологическая специализация

- Б) Предметная специализация

8. Какие из перечисленных задач призвана решить проектно-технологическая подготовка производства?

А) Обеспечение технологичности конструкции изделия, разработка технологических процессов, проектирование и изготовление средств технологического оснащения

Б) Разработка технико-экономических и организационных нормативов и формирование внутриорганизационных целевых задач системы управления на текущий календарный год с разбивкой по кварталам, обеспечение внешних организационных условий реализации плана ПХД

9. Первичная структурная производственная единица предприятия - это:

- А) Участок
- Б) Рабочее место
- В) Цех
- Г) Корпус

10. Что из перечисленного включается в оперативное время выполнения операции?

- А) Только подготовительно-заключительное время
- Б) Только основное (технологическое) время
- В) Только вспомогательное время
- Г) Только время обслуживания рабочего места
- Д) Только время регламентированных перерывов

- Е) А + Б + В + Г + Д
- Ж) Б + В + Г
- З) Б + В

11. Какие существуют виды прохождения партии деталей через операцию?

- А) Попереходное прохождение
- Б) Технологическое прохождение
- В) Спонтанное прохождение
- Г) Пооперационное прохождение
- Д) Покорпусное прохождение
- Е) Поцеховое прохождение
- Ж) Б + В
- З) Д + Е
- И) А + Г

12. Какой тип производства характеризуется выпуском широкой номенклатуры продукции в малом объеме (в единичном количестве), повторяющейся через неопределенные интервалы времени или не повторяющейся вообще?

- А) Единичное производство
- Б) Массовое производство
- В) Серийное производство

13. Какая форма специализации характерна для рабочих центров, имеющих широкую, разнородную и неустойчивую номенклатуру при небольшом объеме продукции, в том числе в единичных экземплярах?

- А) Предметная специализация
- Б) Технологическая специализация

14. При каком виде движения партии продукции по операциям технологический цикл имеет наименьшую длительность?

- А) При последовательном движении
- Б) При параллельно-последовательном движении
- В) При параллельном движении

15. Какой показатель характеризует максимально возможный выпуск продукции за определенный период в определенных количественных соотношениях и номенклатуре при наиболее эффективном использовании определенного набора производственных ресурсов (производственного оборудования и площадей)?

- А) Производственная структура
- Б) Производительность труда
- В) Производственная структура
- Г) Производственная мощность

16. Каким показателем характеризуется степень специализации рабочих мест?

- А) Коэффициентом загрузки мощности
- Б) Показателем длительности времени на операцию

- В) Коэффициентом серийности
- Г) Коэффициентом рентабельности
- Д) Показателем трудоемкости

17. Как называется вид движения партии продукции по операциям, если партия продукции размера n передается с операции на операцию целиком?

- А) Параллельно-последовательное движение
- Б) Последовательное движение
- В) Параллельное движение

18. Какая форма специализации производственных подразделений (рабочих центров) применяется в массовом и серийном производстве?

- А) Предметная специализация
- Б) Технологическая специализация

19. С точки зрения рациональности, где должны размещаться склады сырья и основных материалов?

А) Вблизи сборочных цехов на выходе предприятия (со стороны подъездных путей для вывоза грузов)

Б) На входе предприятия (со стороны подъездных путей для ввоза грузов) вблизи заготовительных цехов

В) В глубине предприятия, на примерно равном удалении как от входа предприятия (со стороны подъездных путей для ввоза грузов), так и от выхода (выхода предприятия (со стороны подъездных путей для вывоза грузов))

20. Какие процессы производства выделяют по роли в изготовлении готового продукта?

- А) Универсальные, специализированные, смешанные
- Б) Массовые, серийные, единичные
- В) Основные, вспомогательные, обслуживающие
- Г) Прерывные (дискретные), непрерывные

21. Чему равен коэффициент серийности, если на одном рабочем месте выполняются операции 7 (семи) разных наименований над деталями одного наименования?

- А) Коэффициент серийности равен 0
- Б) Коэффициент серийности равен 1
- В) Коэффициент серийности равен 7
- Г) Коэффициент серийности равен 70

22. При каком виде прохождения партии деталей через операцию все количество предметов труда проходит сначала через первый переход, затем через второй переход, затем через третий и так до последнего перехода операции?

- А) При прямопроходном прохождении
- Б) При пооперационном прохождении
- В) При последовательном прохождении
- Г) При попереходном прохождении

23. Какая классификационная категория производства, выделяется по технико-экономическим признакам постоянства и широты номенклатуры, а также регулярности и объема выпуска продукции?
- А) Форма специализации производства
 - Б) Тип производства
 - В) Характер производственного процесса
24. При какой форме специализации производственных подразделений (рабочих центров) создается возможность наиболее полно загружать специализированное технологическое оборудование, повышать степень его использования?
- А) Форма специализации никак на это не влияет
 - Б) При технологической специализации
 - В) При предметной специализации
25. Какая форма специализации характерна для рабочих центров, имеющих относительно узкую или однородную номенклатуру продукции различных типоразмеров при значительном объеме выпуска?
- А) Технологическая специализация
 - Б) Предметная специализация
26. Состав производственных звеньев, их количество, величина и соотношение между ними по размеру занятых площадей, численности работников и пропускной способности (мощности) - это:
- А) Производственная мощность предприятия
 - Б) Организационная структура системы управления предприятием
 - В) Производственная структура предприятия
27. Группа рабочих мест, где осуществляется относительно локальная законченная часть производственного процесса (либо по изготовлению части готового продукта, либо по выполнению стадии технологического процесса) – это:
- А) Цех
 - Б) Отдел
 - В) Корпус
 - Г) Участок
28. При каком виде прохождения партии деталей через операцию сначала первый предмет труда проходит через все переходы, затем второй, третий, и так до последней единицы партии продукции?
- А) При последовательном прохождении
 - Б) При пооперационном прохождении
 - В) При прямопроходном прохождении
 - Г) При попереходном прохождении
29. Что из перечисленного включает в свой состав подготовка производства?
- А) Организационно-экономическая подготовка производства

- Б) Подготовка производства к оперативному управлению
- В) Только А + Б + В
- Г) Только Б + Г
- Д) Проектно-технологическая подготовку производства
- Е) Только А + В
- Ж) Социально-психологическая подготовка

30. Какие производственные процессы являются прямыми?

- А) Те, в которых из различных видов сырья и материалов изготавливается один вид продукции
- Б) Те, в которых осуществляется производство одного вида продукции из одного вида сырья
- В) Те, в которых многие виды продукции изготавливаются из одного сырья

31. Как называется интервал времени между моментами запуска (выпуска) двух следующих одна за другой единиц продукции?

- А) Задержка
- Б) Ритм
- В) Темп

32. Как называется часть операции, выполняемая над одной или несколькими поверхностями детали одним или несколькими инструментами одновременно при одном режиме резания?

- А) Обход
- Б) Цикл
- В) Подводка
- Г) Переход

33. Какой показатель характеризует максимум производственной мощности предприятия, который может быть достигнут в идеальных условиях?

- А) Ожидаемая мощность
- Б) Нормативная мощность
- В) Проектируемая мощность

34. Как называется время на подготовку и завершение обработки партии продукции или смены?

- А) Время регламентированных перерывов
- Б) Время обслуживания рабочего места
- В) Подготовительно-заключительное время
- Г) Время перерывов на отдых и естественные надобности

35. Что понимается под понятием "партия" в управлении производством?

- А) Такое понятие не используется в управлении производством
- Б) Определенное количество различных предметов, над которыми каждая операция выполняется прерывно, с неоднократной затратой подготовительно-заключительного времени

В) Определенное количество одинаковых предметов, над которыми каждая операция выполняется непрерывно, с однократной затратой подготовительно-заключительного времени

36. Как называется вид движения партии продукции по операциям, если одновременно все операции выполняются над разными единицами партии продукции одного наименования, каждая такая единица проходит через все операции технологического процесса непрерывно и независимо от остальных единиц?

- А) Параллельно-последовательное движение
- Б) Параллельное движение
- В) Последовательное движение

37. Какая форма специализации производственных подразделений (рабочих центров) способствует применению наиболее рациональных и прогрессивных технологических методов?

- А) Предметная специализация
- Б) Форма специализации никак на это не влияет, это зависит от финансового положения предприятия
- В) Технологическая специализация

38. Что предполагает технологическая специализация производственных подразделений (рабочих центров)?

- А) (1) Ограничение разнообразия предметов, над которыми там выполняются технологические операции + (2) Разнообразие выполняемых операций не ограничивается
- Б) (1) Ограничение разнообразия выполняемых там технологических операций + (2) Разнообразие предметов над которыми выполняются эти операции, не ограничивается
- В) (1) Неограниченное разнообразие выполняемых там технологических операций + (2) Неограниченное разнообразие предметов над которыми выполняются эти операции

39. Какие производственные процессы являются аналитическими?

- А) Те, в которых многие виды продукции изготавливаются из одного сырья
- Б) Те, в которых из различных видов сырья и материалов изготавливается один вид продукции
- В) Те, в которых осуществляется производство одного вида продукции из одного вида сырья

40. Какой тип производства характеризуется периодическим выпуском в крупном объеме широкой постоянной или узкой переменной номенклатуры продукции индивидуальными сериями (партиями) малого объема, повторяющимися через определенные или неопределенные интервалы времени?

- А) Единичное производство
- Б) Массовое производство
- В) Серийное производство

41. На рабочем месте №1 выполняются операции трех разных наименований над деталями одного наименования. На другом рабочем месте №2 - операция одного наименования над предметами трех разных наименований. Равны ли коэффициенты серийности для указанных рабочих мест?

- А) Да, коэффициенты серийности равны
- Б) Нет, коэффициенты серийности различны
- В) Неизвестно, так как в условиях задачи недостаточно исходных данных для дачи обоснованного ответа

42. Как следующие факторы - высокий уровень специализации предприятия и кооперирования его производства, ограниченная номенклатура выпускаемой продукции, однородная технология производства - влияют на производственную структуру?

- А) Усложняют ее
- Б) Упрощают ее
- В) Никак не влияют

43. Как в простом процессе производства может быть организовано движение партии продукции по операциям?

- А) Только как последовательное
- Б) Только как параллельное
- В) Только как параллельно-последовательное
- Г) А + Б
- Д) А + Б + В

44. Какой тип производства характеризуется непрерывным выпуском в течение длительных периодов узкой и постоянной номенклатуры продукции в крупном объеме?

- А) Единичное производство
- Б) Массовое производство
- В) Серийное производство

45. Эффективный фонд времени за плановый период равен 100 час., мощность (производительность) за 1 час работы равна 10 ед. продукции/час., число единиц продукции, подлежащих выпуску за тот же период в соответствии со спросом равно 500 ед. Чему равен средний расчетный ритм выпуска (запуска) продукции?

- А) 1000
- Б) 2
- В) 500
- Г) 0,5
- Д) 1500
- Е) 10

46. Производственное структурно обособленное подразделение предприятия, в котором изготавливается продукция (или ее часть) или выполняется определенная стадия производства, в результате которой создается полуфабрикат, используемый на данном или других предприятиях) - это

- А) Рабочее место
- Б) Корпус
- В) Участок
- Г) Цех

47. Как называется величина, обратная ритму выпуска (запуска) одной единицы продукции?

- А) Размер партии
- Б) Задержка
- В) Темп
- Г) Момент

48. Что предполагает предметная специализация производственных подразделений (рабочих центров)?

- А) (1) Ограничение разнообразия предметов, над которыми там выполняются технологические операции + (2) Разнообразие выполняемых операций не ограничивается
- Б) (1) Ограничение разнообразия выполняемых там технологических операций + (2) Разнообразие предметов над которыми выполняются эти операции, не ограничивается
- В) (1) Неограниченное разнообразие выполняемых там технологических операций + (2) Неограниченное разнообразие предметов над которыми выполняются эти операции

Ключи (ответы) к тестам:

- 1. Б) При последовательном движении
- 2. Е) Заготовительные цехи -> Обрабатывающие цехи -> Сборочные цехи
- 3. Г) Рабочее место
- 4. В) Те, в которых из различных видов сырья и материалов изготавливается один вид продукции
- 5. А) По ходу производственного процесса
- 6. Б) $T_{\text{посл.}} > T_{\text{пар.}} - \text{посл.} > T_{\text{пар.}}$
- 7. А) Технологическая специализация
- 8. А) Обеспечение технологичности конструкции изделия, разработка технологических процессов, проектирование и изготовление средств технологического оснащения
- 9. Б) Рабочее место
- 10. Б) Только основное (технологическое) время

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и	100 - 86

	<p>другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.</p>	
базовый	<p>Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p>	85-76
пороговый	<p>Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p>	75-61
уровень не достигнут	<p>Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Операционный менеджмент»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Корпоративные финансы»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки: очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Корпоративные финансы».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине / модулю «Корпоративные финансы».....	5
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Корпоративные финансы».....	18
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Корпоративные финансы»	20
Приложение 1 (справочное).....	21

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Корпоративные финансы»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Практическое занятие 1. Планирование и анализ финансового состояния	ПК-3.1	<p>Умеет формировать и привлекать источники финансирования; оценивать эффективность использования средств и ресурсов.</p> <p>Владеет навыками применения методов привлечения финансовых источников и инструментами оценки эффективности использования средств и ресурсов.</p>	УО-1 ПР-11	-
		ПК-3.4	<p>Умеет строить и оценивать финансовые планы; оценивать эффективность исполнения процессов и использования средств и ресурсов; оценивать финансовые последствия принимаемых решений; управлять оборачиваемостью ресурсов</p> <p>Владеет навыками анализа и оценки финансовых результатов...</p>	УО-1 ПР-11	-
2	Практическое занятие 2. Оценка эффективности финансовых моделей	ПК-3.4	Умеет оценивать финансовые последствия принимаемых решений	ПР-9	-

			Владеет навыками оценки эффективности финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности		
		ПК-4.2	Умеет разрабатывать и оценивать различные формы финансовых моделей; оценивать эффективность инвестиционных проектов; грамотно с помощью современных средств визуализации представлять модели и проекты стейкхолдерам.	ПР-9	
3	Зачет			-	УО-1

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.

3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Корпоративные финансы»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Корпоративные финансы» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Корпоративные финансы» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседование, кейс-задача, проект) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования:

- 1 Если бы вы могли выбрать только одну модель прибыльности для прогнозирования своих проектов, что бы это было и почему?
- 2 Если бы вы могли выбрать только один показатель оценки для использования при обзоре акций компании, что бы это было и почему?
- 3 Можете ли вы сказать мне, что такое EBITDA и что из нее осталось?
- 4 Как бы вы объяснили платежеспособность человеку, не имеющему финансового опыта?
- 5 Как изменится отчет о прибылях и убытках, если долги компании увеличатся?
- 6 Какие факторы необходимо учитывать, прежде чем брать кредит?
- 7 Как бы вы описали положительный денежный поток?
- 8 Какие компоненты вы бы использовали, чтобы убедить инвестора в финансовом благополучии компании?
- 9 Если бы вы могли использовать только один финансовый отчет для отслеживания суммы денежных средств, которую компания должна вложить в текущие обязательства, что бы это было и почему?
- 10 Что происходит с денежным потоком компании при увеличении дебиторской задолженности?

Требования к представлению материалов: устный ответ

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования (колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.):

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные	100 - 86

	отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Примерные темы проекта

Цель(и)

- применить на практике методы и приемы создания модели инвестиционных проектов;
- сформировать практические навыки оценки эффективности и способов минимизации инвестиционных рисков.
- применение методов анализа инвестиционных проектов и оценка эффективности использования источников их финансирования
- сформировать у студентов практические навыки аналитического обоснования инвестиционных решений;

Тема выбирается индивидуально и может быть связана с реализацией любой идеи бизнес-решения.

Выбор идеи проекта

Вопросы, которые помогут конструктивно сформулировать цель, учитывающую специфику любого проекта

- 1) Зачем нужен проект?
- 2) Что вы получите в результате выполнения проекта (реализации)?
- 3) Получите ли вы (нужно ли получить?) еще какие-нибудь результаты?
- 4) Есть ли в проекте какие-то упущения, не совпадает ли он в чем-то с другими проектами, возможен ли пересмотр рамок проекта?
- 5) Из каких предположений (если они есть) вы исходите?
- 6) Возможно ли появление серьезных проблем?
- 7) Существуют ли какие-то особые условия, диктуемые обстоятельствами?

Ниже представлена развернутая схема описания проекта. Некоторые разделы можно опустить на свое усмотрение, если при этом вы сможете достичь главной задачи – заинтересовать инвестора и убедить его финансировать ваш проект. Уровень детализации вы выбираете самостоятельно.

Подробное описание проекта:

Раздел «бизнес-концепт». Кратко опишите следующее:

- бизнес-идея. Какой результат может быть получен? кто может воспользоваться результатами вашего проекта? как результат проекта повлияет на решение проблемы?
- ваш продукт. Какой продукт (продуктовый результат) будет получен по итогам вашей работы или работы вашей проектной команды? Какие стейкхолдеры проекта будут рады предложенному решению, а кто будет сопротивляться?
- целевая аудитория (кратко)

- финансовая модель
- календарный план работы над проектом
- риски

Раздел «цена и объем»

- разработайте предварительную матрицу ценообразования
- из чего складывается цена
- план прогноз валового дохода

Раздел «юридические вопросы» (опционально)

- юридические формы
- стоимость и сроки регистрации
- требования к документации, персоналу, особые требования
- визовый статус, документация
- укажите, какая интеллектуальная собственность используется в вашем проекте.

Раздел «финансовая модель», опишите финансовую модель проекта на 3 года:

- целевые финансовые показатели компании
- сбор данных по основным видам затрат
- фот, офис, мебель, it, листинги, тма, продвижение и другое
- подготовьте бдр и бдс
- определите источники финансирования и график финансирования, включая информацию об инвестировании
- разработайте карту рисков проекта

Ключи (ответы) на задания творческого задания, группового задания:

Требования к защите творческого задания, группового задания

Требования к защите проекта.

1. питч-презентацию (устно, регламент – 2-3 минуты). опишите суть проекта для лифтовой презентации инвестору.
2. краткую презентацию для инвестора или партнера (устно, в формате ppt не более 25 слайдов, регламент – 15-20 мин.)
3. подробное описание проекта (письменно, не менее 20 страниц в формате ms word).

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной бизнес идеи , аргументировали его, точно определив ее цели и задачи. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью	85-76

	изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

3. Кейс-задачи

Задание (я): Кейс-задача_ Финансовая модель

Компания планирует запустить проект, связанный с закупкой новой технологической линии по производству пэт-бутылки. Имеются следующие данные:

- Стоимость линии 15 млн.усл.ед., срок эксплуатации – 5 лет;
- Износ на оборудование исчисляется по методу линейной амортизации, т.е.20% годовых;
- Суммы вырученные от ликвидации оборудования в конце срока эксплуатации, покрывают расходы по его демонтажу;
- Ставка налога на прибыль составляет 20%;
- Цена капитала – 11% годовых;
- Закупочная стоимость пэт-преформы для изготовления пэт-бутылки составляет 11,28 усл.ед./шт.;
- Объем производства и реализации продукции по годам согласно плана (Приложение А)
- Текущие условно постоянные расходы (без учета амортизации) осуществляются по годам следующим образом: 2223,6 тыс.усл.ед. в первый год производства продукции и эксплуатации технологической линии;
- Ежегодно текущие (постоянные) расходы увеличиваются на инфляцию 4%;
- Цена реализации 1 штуки пэт-бутылки составляет 40 усл.ед.;
- Расходы на оплату труда согласно штатного расписания (Приложение А)

Задание № 1.

Рассчитайте:

- 1) Финансовый прогноз (прибыль/убыток) на первый год эксплуатации технологической линии;
- 2) Точку безубыточности на 1 год эксплуатации линии (в шт, в усл.ед.-абсолютном значении выручки).

Данные занесите в таблицу (Приложение Б)

Задание № 2.

Составьте бюджет доходов и расходов по годам на весь период эксплуатации технологической линии (на 5 лет) и занесите данные в таблицу (Приложение В). Для внесения недостающей информации используйте Приложения А, Б.

Составьте бюджет движения денежных средств по годам на весь период эксплуатации технологической линии (на 5 лет) и занесите данные в таблицу (Приложение Г). Для внесения недостающей информации используйте Приложения А, Б, В

Задание № 3.

Рассчитать основные показатели инвестиционного проекта. (Приложение Д)

Используем алгоритм:

1. рассчитать сумму инвестиций, необходимых для проекта (IC);
2. определить источники финансирования
3. выбрать ставку дисконтирования
4. рассчитать основные показатели (NPV, PI, IRR, DPP).

Приложение А

Бюджет доходов(план производства и реализации продукции по годам)

Период (год)	Количество, шт.
1	255 000
2	307 500
3	367 500
4	347 000
5	275 000

Бюджет фонда оплаты труда на год

№	должность	кол-во	ЗП	ФОТ	НДФЛ (стр.5 *13%)	Налоги с ФОТ (стр.5 *30,2%)	ИТОГО суммарные расходы на содержание штата (стр.5 + стр.7)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Директор	1	100 000	100 000	13 000	30 200	130 200
2	Гл. бухгалтер	1	60 000	60 000	7 800	18 120	78 120
3	Бухгалтер	1	25 000	25 000	3 250	7 550	32 550
4	Начальник цеха	1	60 000	60 000	7 800	18 120	78 120
5	Техник	2	35 000	70 000	9 100	21 140	91 140
6	Бригадир	2	40 000	80 000	10 400	24 160	104 160
7	Рабочий	6	25 000	150 000	19 500	45 300	195 300
8	Уборщица	2	20 000	40 000	5 200	12 080	52 080
9	Охрана	3	20 000	60 000	7 800	18 120	78 120
	ИТОГО	19		645 000	83 850	194 790	839 790

Бюджет на содержание и ремонт оборудования

№	вид расхода	кол-во, ед	ст-ть 1 ед	сумма
1	2	3	4	5
1	замена фильтра	12	2 300	27 600
2	*****			
3	*****			
4	*****			
5	*****			
	ИТОГО			300 000

Приложение Б

Прогноз финансовых результатов и расчет точки безубыточности на 1-ый год операционной деятельности

№	показатели	план (усл.ед)	точка безубыточности (усл.ед)

1	выручка		
2	себестоимость		
3	маржинальная прибыль		
4	текущие (постоянные) расходы		
5	амортизация		
6	прибыль до налогообложения		-
7	налог на прибыль (20%)		-
8	чистая прибыль		-

точка безубыточности (шт.) _____ шт
 точка безубыточности (усл.ед.) _____ Усл.ед

Приложение В
БДР для проекта (упрощенный вариант)

Усл.ед.

период	1	2	3	4	5
объем реализации***	-	-	-	-	-
стоимость сырья (переменные расходы)	-	-	-	-	-
Маржинальный доход	-	-	-	-	-
Текущие (постоянные затраты)***:					
ФОТ*					
налоги с ФОТ					
аренда	650 000				
затраты на содерж. и ремонт оборуд.	300 000				

затраты на коммун.платежи	256 800				
IT	90 000				
связь (тел., интернет)	60 000				
прочие расходы	27 010				
амортизация оборудования					
Прибыль до налогообложения					
Налог на прибыль (20%)					
Чистая прибыль					

Приложение Г
БДДС для проекта (упрощенный вариант)

<i>период</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>приход</i>					
<i>расход (всего)</i>					
<i>стоимость сырья</i>					
<i>ФОТ</i>	561 150				
<i>НДФЛ</i>					
<i>налоги с ФОТ</i>	194 790				
<i>налог на прибыль</i>					
<i>аренда</i>	650 000				
<i>затраты на содерж. и ремонт оборуд.</i>	300 000				
<i>затраты на коммун.платежи</i>	256 800				
<i>IT</i>	90 000				
<i>связь (тел., интернет)</i>	60 000				
<i>прочие расходы</i>	27 010				

<i>чистый денежный поток (Pn)</i>						
-----------------------------------	--	--	--	--	--	--

Приложение Д

Финансовая модель инвестиционного проекта

Инвестиционный капитал

Ставка дисконтирования (финансовое выражение)

IC

i

№	период	условны е обозн.	0	1	2	3	4	5
1	объем реализации							
2	стоимость сырья							
3	Маржинальный доход							
4	Затраты (постоянные без учета амортизации):							
5	амортизация оборудования							
6	прибыль до налогообложения							
7	налог на прибыль (20%)							
8	чистая прибыль							
9	чистые денежные потоки	Pn	-15 000 000					
10	дисконтированные денежные потоки по периодам	PVn						

№	Показатель	Усл.обозначение	вывод по критериям:
	<i>Дисконтированный денежный поток (суммированный)</i>	<i>PV</i>	
1	Чистая приведенная стоимость	NPV	NPV больше или меньше 0
2	Индекс рентабельности инвестиций	PI (ROI)	PI больше или меньше 1

3	Внутренняя норма доходности*	IRR		IRR (? %) больше или меньше CC (? %)
4	Окупаемость инвестиций (дисконтированная), год	DPP		DPP больше или меньше n (срок реализации проекта)

Приложение Е

Справочные материалы (гlossарий и формулы)

- P_n – чистый денежный поток

(приток денежных средств -отток денежных средств (затраты и налоги), или (прибыль за минусом налога на прибыль + амортизация)

- PV_n – дисконтированный денежный поток в период n (чистые денежные поступления от проекта, приведенные к настоящей стоимости)

Где: P_n – чистые годовые денежные поступления в течении n -лет;

i - ставка дисконтирования;

n – период (например: год)

- NPV - Чистая приведенная стоимость - это разница между приведёнными к настоящей стоимости (путём дисконтирования) суммами денежных поступлений за период эксплуатации проекта и инвестированных в его реализацию денежными средствами

$$NPV = PV - IC$$

Где:

o PV – дисконтированный денежный поток;

o IC - первоначальные инвестиции.

Критерии оценки:

$NPV > 0$ – проект принимается; $NPV < 0$ – проект может быть отвергнут; $NPV = 0$ – проект может быть принят при учете дополнительных условий, если его реализация усилит поток денежных доходов от ранее осуществленных проектов вложения капитала.

- PI - Индекс рентабельности инвестиций (или дисконтированный индекс доходности DPI) - отношение дисконтированного денежного потока (приток минус отток) к стоимости первоначальных вложений.

$$PI = PV / IC \text{ или}$$

o IC - первоначальные инвестиции;

o PV – дисконтированный денежный поток;

характеризует уровень дохода на единицу вложений

Критерии оценки:

$PI > 1$ – проект рентабельный и его можно принять к рассмотрению; $PI < 1$ – проект убыточный и снимается с рассмотрения; $PI = 1$ – проект должен быть подвергнут анализу по другим показателям оценки эффективности инвестиционных вложений, чтобы принять его к рассмотрению или отвергнуть.

- IRR - Внутренняя норма доходности (расчет через формулу ВСД в Excel, и перевести в %), при такой ставке процента инвестор сможет возместить свою первоначальную инвестицию, но не получить доход. По сути, это нулевая рентабельность проекта.

Критерии оценки:

При $IRR > CC$ проект эффективный; При $IRR < CC$ проект неэффективный

- DPP – дисконтируемый срок окупаемости. Период возврата инвестиций с учетом временной стоимости денег (ставки дисконта).

$$DPP = IC / PV$$

- o IC - первоначальные инвестиции;
- o PV – дисконтированный денежный поток;

$DPP \leq n$, где n – период (например: год)

- Налоги:
 - o Налог на прибыль – ставка 20%, база для расчета – прибыль до налогообложения
 - o Налоги с ФОТ – общая сумма ставок по налогам 30,2% , база для расчета - ФОТ
 - o НДФЛ – 13%

Ключи (ответы) на кейс-задачу:

.....

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61

уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0
----------------------	---	------

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Корпоративные финансы»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Наименование дисциплины» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)

1. Банк тестовых заданий

- 1 Если бы вы могли выбрать только одну модель прибыльности для прогнозирования своих проектов, что бы это было и почему?
- 2 Если бы вы могли выбрать только один показатель оценки для использования при обзоре акций компании, что бы это было и почему?
- 3 Можете ли вы сказать мне, что такое EBITDA и что из нее осталось?
- 4 Как бы вы объяснили платежеспособность человеку, не имеющему финансового опыта?
- 5 Как изменится отчет о прибылях и убытках, если долги компании увеличатся?
- 6 Какие факторы необходимо учитывать, прежде чем брать кредит?
- 7 Как бы вы описали положительный денежный поток?
- 8 Какие компоненты вы бы использовали, чтобы убедить инвестора в финансовом благополучии компании?
- 9 Если бы вы могли использовать только один финансовый отчет для отслеживания суммы денежных средств, которую компания должна вложить в текущие обязательства, что бы это было и почему?
- 10 Что происходит с денежным потоком компании при увеличении дебиторской задолженности?

Требования к представлению материалов: устный ответ **Ключи (ответы) к тестам:**

.....

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и	100 - 86

	другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине
«Наименование дисциплины»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Управление изменениями»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры: Управление бизнесом

Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление изменениями».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление изменениями».....	6
III. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление изменениями».....	Ошибка! Закладка не определена.

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление изменениями»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Типы организационных изменений	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Способность к выбору оптимальной стратегии инновационного развития компании с учетом имеющихся экономических ресурсов	ПР-10	-
2	Модели организационных изменений	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Способность к выбору оптимальной стратегии инновационного развития компании с учетом имеющихся экономических ресурсов	ПР-11	-
3	Восемь стадий процесса изменений	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Умение внедрения изменений в бизнес-процессы компании Способность преодоления сопротивления к инновационным изменениям со стороны персонала компании	УО-3	

4	Цифровизация бизнеса и организационные изменения	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Умение внедрения изменений в бизнес-процессы компании	УО-3	
5	Практическое применение методов и моделей организационных изменений	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Умение внедрения изменений в бизнес-процессы компании Способность преодоления сопротивления к инновационным изменениям со стороны персонала компании	УО-3 ПР-11	
6	Стратегически значимые изменения: воплощение в жизнь	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Умение внедрения изменений в бизнес-процессы компании Способность к выбору оптимальной стратегии инновационного развития компании с учетом имеющихся экономических ресурсов	ПР-13	

	экзамен			-	ПР-13

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); научно-исследовательская работа (ПР-13).и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление изменениями»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление изменениями» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление изменениями» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты научно-исследовательской работы) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Темы для доклада

- Организация как социо-техническая система
- Типы организационных изменений
- Взаимосвязь изменений подсистем компании
- Области изменений: стратегия, бизнес-процессы, структура, технология, персонал
- Жизненный цикл организации и управляемые организационные изменения
- Примеры эффективных и неэффективных преобразований
- Модель К.Левина
- Модель изменений Дж.Коттера
- Модель Н.Тичи
- Модель П.Натта
- Модель Кюблер-Росс
- Модель ADKAR
- Модель У. Бриджеса
- Пример и причины самоуспокоенности
- Укрепление чувств необходимости перемен
- Значение кризисов
- Роль менеджеров среднего и нижнего звена
- Какую степень готовности к переменам считать достаточной
- Цифровизация функций менеджмента и организационные изменения
- Цифровизация и изменение моделей бизнеса
- Последствия организационных изменений, связанных с цифровизацией
- Вывод компании из кризиса : пример компании IBM.
- Неудачное слияние и последующее разделение: пример компании YIT.
- Трансформация корпоративной культуры: пример Сбербанка

Критерии оценивания доклада

Доклад должен состоять из следующих частей:

- титульный лист;
- содержание работы;
- текст;
- список источников.

Доклад не должен иметь большой объем.

Максимальное число страниц – 10.

Текст должен четко разделяться на вступление, основную часть и выводы

1. Вступление. Во вступлении автор обязан познакомить своих слушателей с темой, упомянуть ученых, работающих над данной проблемой, а также основные понятия, которые

будут встречаться далее. Также в данной части поднимают вопросы, на которые автор в работе постарается дать ответы.

2. Основная часть. Она освещает тему с разных сторон. Текст может быть раздроблен на разделы для простоты восприятия. В содержании необходимо обязательно указать все пункты и подпункты своей работы, если таковые имеются.

3. Заключение. Должно содержать выводы и рекомендации. Не следует говорить о том, о чем не упоминалось в основной части доклада.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61

уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0
----------------------	---	------

2. Примерные темы научно-исследовательской работы

Целью научно-исследовательской работы является: систематизация, углубление и закрепление знаний, полученных в ходе подготовки ; формирование навыков самостоятельной исследовательской деятельности.

Тема :

1. Дизайн исследования в организационных исследованиях: Проблемы и перспективы
2. Структурные изменения и производительность: поэтапные подходы
3. Понимание и создание целостных организационных изменений с помощью теории обучения
4. Организационные изменения и развитие: новые области исследований и действий
5. Структурная инерция и организационные изменения
6. Управление изменениями и инновационной деятельностью в(отрасли или компании)
7. «Размораживание» изменений в три этапа: переосмысление наследия Курта Левина в управлении изменениями
8. Организационные переходы — диагностика и решение проблем жизненного цикла организаций
9. Организационные изменения: алгоритм проведения
10. Управление изменениями и управленческие инновации для повышения удовлетворенности сотрудников на рабочем месте

Научно-исследовательская работа включает в себя все основные элементы научного исследования:

- всестороннее и детальное изучение предметной области, выбранной студентом, с целью выявления проблемной ситуации;
- анализ, обобщение и систематизация научной информации и составление библиографии по теме исследования;
- выбор и обоснование цели исследования, а также важнейших задач направленных на ее достижение;
- выбор и обоснование методики практической реализации задач исследования;
- нахождение оптимальных путей решения поставленных задач;
- обоснование эффективности решения задач;
- четкая формулировка результатов решения задач исследования с указанием их теоретического и практического значения.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86

базовый	<p>Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.</p>	85-76
пороговый	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.</p>	75-61
уровень не достигнут	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	60-0

3. Деловая игра

Древо будущего

ЦЕЛЬ ИГРЫ Сотрудники крупных фирм обычно знают, что изменения в большинстве своем не совершаются немедленно. Они происходят постепенно, шаг за шагом.

В данной игре дерево используется в качестве метафоры, демонстрирующей, как по одному листику можно сформировать целую крону.

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ От 5 до 15.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ИГРЫ 30 минут.

МЕТОДИКА

1. Перед началом собрания вырежьте из стикеров несколько десятков листочков. На листе ватмана нарисуйте большое дерево с достаточно толстыми ветвями. Эти ветви будут соответствовать различным категориям будущего. Тему собрания напишите над деревом или под ним. 2. Объясните группе, что внутренняя часть кроны дерева представляет текущее состояние заданной темы, а движение наружу соответствует шагам в будущее. К примеру, если тема касается клиентской базы, внутренние листья указывают на текущее количество клиентов, в то время как внешние демонстрируют будущую или желаемую «демографическую» ситуацию.

3. Попросите игроков записать на выданных им «листьях» текущие аспекты темы – по одному на лист – и приклеить во внутренней части кроны. Удалите повторяющиеся комментарии, а сходные при помощи группы соедините друг с другом и наклейте рядом с соответствующей веткой.

4. Затем попросите игроков написать на «листьях» будущие аспекты темы. Это могут быть будущие состояния, уже изменяющиеся обстоятельства или просто потенциальные возможности.

5. Теперь игрокам остается сформировать будущее, наклеив свои листья вокруг верхушки дерева, выбирая для них подходящую категорию из кроны. При желании вы можете добавить тонкие или толстые ветки для демонстрации связей, позволив таким образом дереву расти естественным способом. Если оно получается асимметричным, ничего страшного.

6. Обсудите с игроками получившуюся фигуру. Вокруг каких веток сосредоточена самая большая активность? Какие области не растут? В каком месте соединяется больше всего ветвей? А в каком ветви выглядят наиболее удаленными друг от друга?

СТРАТЕГИЯ

Изображение дерева в этой игре – это рабочая метафора, представляющая корень темы, ее ветвления и, разумеется, потенциальный рост. Игра широко применима, так как подобная метафора может использоваться практически для любого меняющегося со временем аспекта рабочей деятельности. В качестве темы можно указать продукт, будущие свойства которого вы хотите определить методом мозгового штурма. Это может быть команда, будущие роли и сферы ответственности членов которой вы хотите распланировать. Обсудив в этой игре рынок, вы узнаете, как, по мнению игроков, он будет меняться или расти. На этапе придания формы внешней кроне вдохновляйте игроков на идеи по поводу будущего. Эта игра касается возможностей, как реальных, так и не очень. Если кто-то хочет изобразить на дереве фрукт как символ возврата инвестиций, нарисуйте в указанных игроком местах яблоки. Если игроки требуют еще одного дерева (или целой рощи), быстро

добавьте схематичные изображения и позвольте игрокам наклеивать листья уже на их кроны. Игра хорошо работает, так как позволяет нелинейно, естественным образом представить сложные темы.

В результате получается наглядное отражение взаимосвязи будущих условий, демонстрация затухающих и бурно растущих направлений работы

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

4. Кейс-задачи

Ситуация «Внедрение организационных изменений и изменение имиджа комбината»

Есть в Пскове комбинат, производящий печенье, сухие завтраки и другую продукцию. Акционировавшись, он превратился в АО «Любятово» и в самом начале чековой приватизации был выставлен на чековый аукцион. Основную часть пакета акций купил чековый инвестиционный фонд «Альфа-Капитал». Новым владельцам предприятие понравилось: недавно построено, с современным импортным оборудованием. Однако позже начались проблемы. «Старая» администрация, не посоветовавшись с руководством Фонда, продала на денежном аукционе пакет акций своему партнеру – местному предприятию «Псковмаш», намереваясь позже этот пакет у него перекупить. К сожалению, денег к тому времени уже не было, и «Псковмаш» продал эти акции западной фирме, проявлявшей большой интерес к комбинату. Впрочем, в этом не было большой беды, но вопрос о руководстве комбината стоял очень остро, так как производство на тот момент было убыточным, процветало воровство на всех уровнях управления, а после обеда на комбинате уже не с кем было разговаривать – все пьяные. Именно поэтому работники Фонда начали скупать акции в городе, в основном у коллектива комбината. Они достаточно быстро купили контрольный пакет акций, который позволял решить проблему с руководством. Итак, к декабрю текущего года у «Альфа-Капитал» было уже 55% акций комбината, и Фонд внедрил в руководство своего человека. Им стал 24-летний А. Молинский, работавший до этого в одном из западных банков. Он приехал на комбинат в роли заместителя генерального директора с широчайшими полномочиями. Первое же появление г-на Молинского на комбинате ранним морозным утром принесло ему незабываемые впечатления: он увидел широкое народное гулянье по случаю дня рождения директора. Дальнейшие наблюдения за коллективом и особенно за руководством комбината подтвердили каждодневную готовность к яркому и праздничному времяпровождению. Финансово-хозяйственная деятельность АО «Любятово» являла собой достаточно знакомую картину: дебиторская задолженность – 1 млрд руб., кредит в местном банке для выплаты заработной платы – 500 млн руб., задолженность поставщикам – около 100 млн руб. В постоянно меняющихся ценах на сырье (главным образом на муку) администрация не ориентировалась, но странным образом предпочитала платить в 1,5 раза больше рыночной цены, объясняя этот «мощный маркетинговый прием» необходимостью поддерживать связи с постоянными поставщиками. Себестоимость продукции была высокой не только из-за высоких цен на муку, но и из-за того, что сырье покупалось в количествах, заведомо превышающих потребности производства. В ходе аудиторской проверки были выявлены многочисленные злоупотребления. Продукция комбината была достаточно дефицитной, и распорядиться ею можно было весьма «рационально». Способы хищения оказались вполне традиционными: это и неучтенная продукция, и покупка сырья по завышенным ценам, и продажа готовой продукции по завышенной цене. Численность управленческого персонала превосходила потребности в ней. Заработная плата работников комбината была одной из самых высоких в городе. Отношение персонала к сложившейся ситуации было почти безразличным. Прибыли комбината не было уже давно. Это можно объяснить как влиянием вышеизложенных факторов, так и тем фактом, что уже давно не проводились маркетинговые исследования, не было средств на рекламу своей продукции.

Вопросы и задания

1. На какой стадии своего развития находится данный комбинат?
2. Дайте характеристику существующей культуре комбината.
3. Как Вы можете охарактеризовать коллектив предприятия? Назовите критерии эффективного коллектива. Можно ли данный коллектив определить как эффективный?
4. Определите факторы, из которых складывается имидж данного предприятия. Каким видите существующий имидж комбината?

5. Какие организационные изменения следует руководству (в лице Молинского) провести на предприятии?
6. Какие организационные изменения было бы целесообразно внедрить на предприятии и почему

Ситуация «Изменения в фармацевтической компании «Фарма»

Компания «Фарма» занимается производством лекарственных средств, в настоящий момент организовано производство около 50 видов продукции. Компания существует на рынке 12 лет. Персонал составляют работники непосредственно фармацевтической фабрики и работники головного офиса – бухгалтерия, отдел сбыта, менеджмент и т.д. Коллектив довольно устойчив, лоялен, заработная плата сотрудников – средняя по рынку. Руководство компании применяет демократический стиль управления. Собственниками компании принято решение о слиянии компании «Фарма» с одной из компаний, занимающейся оптово-розничной торговлей лекарственными средствами (компания «Аптека»). Решение небесспорно. С одной стороны, в результате слияния удастся выстроить единую цепочку – от производства до поступления товара конечному потребителю – и избежать таким образом ряда издержек. С другой стороны, компания «Фарма» до этого момента имела возможность сбыта продукции по большому количеству каналов, велась активная работа менеджеров по сбыту продукции, направленная на расширение сотрудничества с торговыми сетями. Неизвестно, приведет ли слияние, в конечном счете, к росту доходов компании. На самом деле для слияния есть не только и не столько экономический, но и личностный фактор. Собственники компаний «Фарма» и «Аптека» – муж и жена, которые имели каждый свой бизнес до вступления в брак, а через какое-то время решили его объединить. Менеджменту компании «Фарма» поставлена задача провести ряд мер, необходимых для успешного слияния. Особое внимание следует уделить работе с персоналом для принятия изменений, сохранения лояльности сотрудников. Процесс слияния необратим, на данный момент прорабатывается юридический аспект, начато оформление необходимых документов. Организационно-правовая форма новой компании еще обсуждается.

Вопросы и задания

1. Представьте себя в роли директора компании «Фарма», получившего такую задачу от собственника. Опишите последовательность своих действий по решению задачи.
2. В какой форме следует сообщить персоналу компании о слиянии, будет ли эта форма отличаться для разных отделов?
3. Как подать персоналу информацию о причинах слияния?
4. Какие изменения в организационной структуре последуют и как осуществить их с наименьшими жертвами?
5. Ожидается ли сопротивление изменениям со стороны персонала компании? Какой отдел предположительно продемонстрирует наибольшее сопротивление, почему?
6. Как преодолевать сопротивление изменениям?
7. Какие вопросы стоит обговорить с собственниками, какие дополнительные меры предложить?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы,	100 - 86

	<p>статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.</p>	
<p>базовый</p>	<p>Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.</p>	<p>85-76</p>
<p>пороговый</p>	<p>Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы</p>	<p>75-61</p>
<p>уровень не достигнут</p>	<p>Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы</p>	<p>60-0</p>

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление изменениями»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление изменениями» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Целью научно-исследовательской работы является: систематизация, углубление и закрепление знаний, полученных в ходе подготовки ; формирование навыков самостоятельной исследовательской деятельности.

Тема :

11. Дизайн исследования в организационных исследованиях: Проблемы и перспективы
12. Структурные изменения и производительность: поэтапные подходы
13. Понимание и создание целостных организационных изменений с помощью теории обучения
14. Организационные изменения и развитие: новые области исследований и действий
15. Структурная инерция и организационные изменения
16. Управление изменениями и инновационной деятельностью в (отрасли)
17. «Размораживание» изменений в три этапа: переосмысление наследия Курта Левина в управлении изменениями
18. Организационные переходы — диагностика и решение проблем жизненного цикла организаций
19. Организационные изменения
20. Управление изменениями и управленческие инновации для повышения удовлетворенности сотрудников на рабочем месте

Научно-исследовательская работа включает в себя все основные элементы научного исследования:

- всестороннее и детальное изучение предметной области, выбранной студентом, с целью выявления проблемной ситуации;
- анализ, обобщение и систематизация научной информации и составление библиографии по теме исследования;
- выбор и обоснование цели исследования, а также важнейших задач направленных на ее достижение;
- выбор и обоснование методики практической реализации задач исследования;
- нахождение оптимальных путей решения поставленных задач;
- обоснование эффективности решения задач;
- четкая формулировка результатов решения задач исследования с указанием их теоретического и практического значения.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Поведение потребителей и нейромаркетинг»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
образовательная программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Практический маркетинг»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»	5
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Практический маркетинг».....	16
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Практический маркетинг».....	18
Приложение 1 (справочное).....	19

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Поведение потребителей и нейромаркетинг»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Исследование факторов, влияющих на поведение потребителей	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	<p>знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p>	Проект	Защита проекта
2	Тема 2. Карта пути потребителя (СJM)	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	<p>знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p>	Проект	Защита проекта

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
3	Тема 3. Формирование лояльности потребителей	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках	Проект	Защита проекта
			умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках		
4	Тема 4. Нейромаркетинг	ПК -4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	знает особенности проведения нейромаркетингового исследования	Проект	Защита проекта
			умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов		

II. Текущая аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Практический маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Поведение потребителей и нейромаркетинг» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия; проект; творческое задание; разноуровневые задачи и задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования (дискуссии):

2. Какие факторы способствовали появлению и развитию науки о поведении потребителей?
3. Назовите основные этапы становления и развития науки о поведении потребителей?
4. Какие вопросы поведения потребителей рассматриваются в других научных дисциплинах?
5. Сравните существующие понятия поведения потребителей. Выделите общие черты.
6. С какой целью производственные и торговые компании прибегают к сегментированию рынка?
7. Что такое дифференциация потребителей?
8. Какие выделяют основные типы потребителей?
9. Назовите признаки сегментирования для потребительского рынка.
10. Сравните характеристики демографического признака сегментирования потребительского и организационного рынков. Приведите примеры.
11. Приведите пример сегментирования рынка зубной пасты на основе искомых выгод.
12. Какие характеристики Вы рекомендуете использовать для сегментирования следующих рынков: образовательных услуг, туристических услуг, сока?
13. Производители какого типа продукции могут лучше всего реализовать свой товар конечному потребителю, используя следующие признаки и характеристики сегментирования:
 14. а) демографический признак, возраст и пол потребителей;
 15. б) поведенческий признак, искомые выгоды;
 16. в) психологический признак, образ жизни.
17. Каково значение культуры для деятельности маркетолога? Приведите примеры.
18. Что важнее для маркетолога: общие черты культур или различия между ними?

19. Управляют ли маркетологи процессами, происходящими при формировании культуры общества (искусственное создание реальности), и должно ли так быть на самом деле?
20. В чем заключается разница между правом и моралью? Назовите общепринятые нормы, которые применяются, когда мужчина и женщина Вашей культуры обедают на первом свидании, дарят друг другу первые подарки?
21. Что такое социальная стратификация и как она связана с потребительским поведением?
22. По каким признакам Вы относите людей к тому или иному социальному классу?
23. Назовите характеристики, определяющие социальный класс, в порядке значимости.
24. Какие внешние признаки поведения потребителя (например, одежда, обувь, автомобиль, речь и т.д.) Вы используете для определения его положения в обществе?
25. Составьте список различных профессий и попросите студентов разных институтов вашего университета составить рейтинг этих профессий. Проанализируйте полученные результаты, сделайте выводы.
26. Как уровень дохода влияет на деление на социальные классы?
27. Каким образом человек может подняться по социальной лестнице, т.е. перейти в более высокий социальный класс?
28. Назовите какие-либо товары или услуги, которые широко используются членами Вашей референтной группы. Согласны Вы или нет с мнением, что эти товары или услуги помогают формировать связи внутри группы?
29. Какая референтная группа наиболее значима для Вас и как она влияет на Ваше потребительское поведение?
30. В чем состоят различия между семьей и домохозяйством? Какое значение они имеют для маркетологов?
31. Как жизненный цикл семьи влияет на поведение потребителей?
32. Опишите каким образом стадии жизненного цикла семьи будут оказывать влияние на потребителей при выборе и покупке квартиры, автомобиля, продуктов питания, а также при организации досуга в отпуске.
33. Каким образом родители и дети влияют на потребительское поведение друг друга?
34. Опишите влияние наличия детей в семье на ее выбор следующих товаров и услуг: мебель, отпуск, автомобиль, телевизор.
35. Опросите несколько семейных пар (отдельно каждого супруга) относительно совместного или единоличного решения при покупке следующих товаров и услуг:

автомобиль, телевизор, гастрономические товары, мебель, отпуск. Сравните полученные ответы, сделайте свои выводы.

36. Люди играют много разных ролей и их поведение как потребителей может различаться в зависимости от того, какую конкретную роль человек играет в данный момент. Согласны Вы с этим или нет? Подкрепите ответ примерами из своей личной жизни. Постарайтесь создать «сценический портрет» для следующих ролей: собеседование при приеме на работу, добросовестный студент, завсегдаит вечеринок, офис-менеджер.
37. Что включает в себя процесс восприятия? Почему он так важен для маркетологов?
38. Посредством каких органов чувств человек воспринимает большую часть информации об окружающем его мире?
39. В чем заключается важность феномена «фигура-фон» для восприятия человека? Как маркетологи используют этот феномен в печатных изданиях, в телевизионной рекламе, в организации выкладки товаров в торговом зале?
40. К каким средствам могут прибегнуть продавцы для привлечения внимания потребителей?
41. Чувствительность органов чувств с возрастом снижается. Какие проблемы абсолютный порог восприятия создает для участников рынка, обращающихся со своей рекламой к пожилым людям?
42. Необходимо разработать упаковку для нового плиточного шоколада высшего качества для насыщенного рынка. Каковы ваши рекомендации относительно цвета, рисунка упаковки?
43. Какая реклама свежего номера журнала привлекает ваше внимание больше других, почему?
44. В каких случаях условно-рефлекторный подход к обучению более эффективен для продвижения продукта по сравнению с когнитивным подходом? Влияет ли на выбор подхода к обучению характер продвигаемого продукта или целевая аудитория?
45. Приведите примеры рекламы, использующей следующие методы: 1) традиционное заучивание; 2) замещающее обучение; 3) классическую условную рефлексию.
46. Перечислите виды памяти и их назначение.
47. Каким образом стратегия рекламы может соотноситься с: а) сенсорной памятью; б) краткосрочной памятью; в) долгосрочной памятью?
48. Почему мотивация так важна для понимания поведения потребителя? Как она может использоваться в маркетинге?
49. Что такое «семиотика» и как она связана с мотивацией?
50. В какой степени потребность в уважении будет влиять на поведение при покупке одежды, продуктов питания, предметов роскоши?

51. Назовите основные методы исследования мотивации.
52. Назовите три типа мотивационных конфликтов, приведите примеры маркетинговых стратегий, направленных на избежание конфликта.
53. Следует ли стоматологической клинике проводить сегментирование своего рынка по такой характеристике как стиль жизни? Ответ прокомментируйте.
54. Как взаимосвязь между имеющимися у потребителя объемами времени и денег может повлиять на маркетинговую стратегию крупного розничного торговца?
55. Какую взаимосвязь можно ожидать между экономическими ресурсами потребителей и приобретением продуктов питания?
56. Каким образом когнитивные ресурсы потребителей могут учитываться при разработке программы продвижения электробытовых товаров на рынке вашего города?
57. Что означают термины знание о продукте, знание о месте и времени покупки, знание об использовании? Покажите на примере, как каждый из видов знания может повлиять на поведение потребителей.
58. Какие методы используются при измерении отношений потребителей к товарам и маркам? Укажите их достоинства и недостатки.
59. Перечислите факторы ситуационного влияния на принятие решения. Приведите примеры, когда предшествующее состояние (настроение) повлияло на ваше принятие решения о покупке торта, платья, туфель.
60. Дайте определение расширенного и ограниченного решения проблемы. Какое решение вы будете принимать, покупая новый продукт в каждой из следующих категорий: духи, телевизор, электропечь, вермишель, масло растительное?
61. Какие из следующих типов продуктов, по вашему мнению, будут куплены на основе приверженности марке, а какие – по инерции: моющее средство для посуды, стиральный порошок, школьные тетради, авторучки, хлеб, губная помада?
62. Что способствует осознанию потребности и активизации действий потребителя?
63. Ваша последняя покупка новых туфель была вызвана осознанием потребности или ролью маркетинговых усилий?
64. Какие товары могут приобретаться потребителями без поиска информации во внешней среде?
65. Опишите поиск информации, предваривший вашу последнюю крупную покупку.
66. Какие информационные источники являются предпочтительными в случае приобретения легкового автомобиля на рынке вашего города? Укажите тип покупки, категорию правила решения о покупке.

67. Что такое критерии оценки? Какие критерии вы использовали, когда покупали в последний раз зимние сапоги? Отличались ли они от тех, которые используют другие члены вашей семьи?
68. Вы крупный розничный торговец электробытовой техники. Ваш целевой сегмент потребителей предпринимает обширный внешний поиск во время принятия решения. Чем будет отличаться ваша стратегия маркетинга в завоевании целевой аудитории?
69. В чем заключается основное отличие некомпенсационного и компенсационного принятия решения?
70. Как ведет себя потребитель в процессе запланированной покупки? Можно ли с помощью различных инструментов маркетинга повлиять на его решение о покупке?
71. Многие покупатели в супермаркетах не имеют подробного списка покупок. Означает ли это, что большинство их покупок являются незапланированными и импульсивными? Роль выкладки товаров в этом случае?
72. Торговый персонал относится к внутримагазинным факторам покупки. Вспомните самого хорошего и самого плохого продавца, с которым вы когда-либо сталкивались. Какие качества отличают их друг от друга?
73. Ремаркетинг – распространенный способ избавления от вещей, которые выполнили свое назначение. Какого типа продукты используются для перепродажи на рынке вашего города? Какие не используются, почему?
74. Как ведет себя потребитель в случае неудовлетворенности товаром? Последствия неудовлетворенности товаром для фирмы?
75. Назовите основные типы организационных (деловых) рынков. Приведите примеры государственных потребителей на рынке продукции легкой промышленности вашего города.
76. Перечислите основные отличия организационного покупательского поведения от индивидуального.
77. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на поведение покупателей на деловых рынках?
78. Решения о приобретении товаров, принимаемые на предприятии или в организации, полностью рациональны. Факторы субъективного характера не играют никакой роли в этом процессе. Вы согласны с этим утверждением?
79. Что вы понимаете под «организационным стилем»? Опишите организационный стиль вуза, в котором вы учитесь. Каковы, на ваш взгляд, цели деятельности вашего вуза, кто выступает центром принятия решения?
80. Что означает термин «консьюмеризм», назовите основные составляющие консьюмеризма?
81. Назовите четыре основных права потребителей.

82. В чем состоят сходства и различия в законодательстве по защите прав потребителей в США и России?
83. Что такое потребительский экстремизм? Встречали ли Вы примеры потребительского экстремизма в своей практике?
84. В чем состоит отличие энвайронментализма от консьюмеризма?
85. Приведите примеры мероприятий сторонников «зеленого маркетинга».
86. Приведите примеры экологических знаков на упаковках товаров.

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования (дискуссии.):

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации,	75-61

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
	провести связь с другими аспектами изучаемой области	
уровень не достигнут	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	60-0

2. Разноуровневые задачи и задания

Задание по теме 1: Вы предприниматель, планирующий открыть предприятие общественного питания в г. Владивосток.

- Дайте краткую характеристику рынка услуг предприятий общественного питания (ваша задача понять, каким образом рынок живет без вас и без вашего потенциального продукта). Определите емкость рынка, предполагаемую вашу долю рынка, тип предприятия*.
 - Ваши потенциальные потребители – кто они? Дайте характеристику целевой аудитории.
 - Кто ваши конкуренты? Ваши конкурентные преимущества.
 - Ценностное предложение?
- Форма отчета – презентация

Подготовить обзор рынка

- Найдите в поисковике отчеты отраслевых аналитиков, несколько статей в отраслевых СМИ, постов отраслевых блогеров (желательно с цифрами и фактами)
- В начале исследования смотрите на рынок шире. Не заикливайтесь на каком-то одном узком сегменте. Сузить всегда успеете.
- Сформулируйте тренды, барьеры (юридические и технологические) для входа и возможности для выхода, проблемы развития, прогнозы развития.
- Оцените ёмкость рынка (грубая оценка потенциала рынка, на котором вы планируете работать, сколько пользователей могут быть потенциально готовы воспользоваться вашим будущим предложением, какой потенциальный средний чек на одного потребителя (прямой метод – цифры вытаскиваем из аналитических статей, статистических порталов, публикаций конкурентов и проч.; косвенный метод – если не удалось найти информацию, то применяем фантазию, по каким косвенным признакам можно определить потенциальное количество потребителей и объем в денежном выражении)

Форма отчета – презентация

Задание по теме 2: Построить карту пути потребителя

1. Прежде чем построить успешную карту пути потребителя, важно определить, кто Ваши потребители: образ жизни клиентов, их потребности и проблемы. Вам нужно понимать, как решения компании помогают удовлетворить их нужды, почему клиенты выбирают именно Вас и в каком контексте они используют наши решения. Для этого Вам необходимо прописать детальные портреты типичных клиентов, пути которых Вы будете описывать.

2. Опишите возможные сценарии поведения Ваших клиентов.

3. Опишите этапы пути Вашего клиента и возможные точки контакта клиента с Вашей компанией на всех упомянутых выше этапах.

4. Изобразите все точки контакта на каждом этапе по всем сценариям пути клиента (под конкретные JTBD).

5. Опишите опыт клиента, выявляя его боли.

6. Разработка рекомендаций по устранению болей (инсайты, ответственные подразделения, конкретные лица, сроки).

Задание по теме 3: В соответствии с кросс-культурными особенностями потребителей для одной из представленных компаний необходимо адаптировать упаковку товара под рынок Китая, Японии, Кореи (Южная), выбрать наиболее лучший канал коммуникации именно для выбранного товара, так как они меняются, в зависимости от группы товара, а также описать какими коммуникационными инструментами в рамках

своего канала вы будете пользоваться (какой это будет контент, какой посыл необходимо закладывать в своем рекламном послании и т.п.), и, самое главное, как вы будете их применять при продвижении товара в выбранной стране.

Альтернативный вариант задания

Для открываемого Вами в соответствии с заданием 1 предприятия общественного питания предложить вариант учета кросс-культурных особенностей целевой аудитории (например, русские потребители в китайском ресторане/кафе, китайские потребители в русском ресторане/кафе в разрезе комплекса маркетинга 7P, необязательно по всем P, можно акценты сделать на оформлении меню, интерьера, особенностях продвижения с учетом кросс-культурных особенностей потребителей)

Задание по теме 4: В соответствии с теоретическими основами разработки программы лояльности необходимо разработать программу лояльности для клиентов анализируемого/предлагаемого к открытию предприятия. В программе лояльности учесть мероприятия по повышению лояльности персонала и мероприятия по повышению лояльности целевой аудитории / клиентов.

Для оценки усвоения теоретического материала необходимо на примере программы лояльности к новому предприятию общественного питания найти недостаток/пропущенные этапы, а также выделить достоинства предлагаемой программы.

Задание по теме 5: Построить майнд-карту по нейромаркетингу и подготовить обзорную презентацию одной статьи по выбору.

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

– 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

3. Тематика индивидуальных творческих задач
по дисциплине «Поведение потребителей и нейромаркетинг»

1. Влияние религии на потребление.
2. Подростковые ценности.
3. Анализ факторов, влияющих на потребление лиц пожилого возраста.
4. Поведение потребителя и формирование новых тенденций в моде.
5. Поведение потребителей и нейромаркетинг.
6. Авторитетность мнений.
7. Региональные отличия в потреблении.
8. Маркетинг и культура.
9. Символы вокруг нас.
10. Формирование образов восприятия.
11. Применение теории Фрейда к поведению потребителей.
12. Социальная стратификация.
13. Измерение принадлежности к социальному классу.
14. Различия между культурами.
15. Культура и система ценностей.
16. Влияние рекламы на поведение потребителей.
17. Покупки на дому.
18. Организационная культура.
19. Защита прав потребителей в США и РФ.
20. Потребитель будущего.

Ключи (критерии оценки) творческих задач:

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Достижение цели проекта	Цель не достигнута. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Цель достигнута частично. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Продемонстрированы	Цель достигнута. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки на	Цель достигнута в полном объеме. Проблема раскрыта полностью. Выводы обоснованы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
		исследовательские умения и навыки на среднем уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе устаревшей информации, непригодной для формулировки гипотез	достаточном уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного количества информационных источников	исследовательской работы по выбранной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного количества информационных источников, продемонстрированы навыки систематизации материала
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна	Представляемая информация систематизирована и последовательна, но есть нарушения в логике изложения	Информация систематизирована, последовательна и логически связана.
Оформление	Не использованы технологии Power Point / Canva и проч. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point / Canva частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point / Canva и др. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point / Canva и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные /или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Практический маркетинг»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Поведение потребителей и нейромаркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)

Вопросы для собеседования

1. Основные факторы, влияющий на поведение потребителя.
2. Этапы построения карты пути потребителя.
3. Факторы, влияющий на лояльность потребителей и методы её оценки и повышения.
4. Роль нейромаркетинга в построении коммуникаций с потребителем.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций (итоговая задача)

Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и формулировка индикатора достижения	Задание
ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	Опишите свой процесс принятия решения при покупке товара длительного пользования (осознание потребности, поиск информации, предпокупочная оценка альтернатив, покупка, потребление, послепокупочная оценка альтернативы, избавление), опишите свои боли потребителя на каждом этапе принятия решения во всех точках контакта (онлайн и оффлайн). Предложите варианты решения со стороны компании по устранению болей потребителя по всем точкам контакта.
ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	

Ключи (ответы) на вопросы и задания:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
Повышенный	Отлично выставляется студенту (высокий уровень), если он глубоко и прочно усвоил программный материал в части базовых понятий маркетинга, четко и логически стройно излагает подходы к принятию маркетинговых решений на операционном уровне, умеет характеризовать параметры целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при	100 - 86

	видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками в области операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	
Базовый	Хорошо выставляется студенту (базовый уровень), если он твердо знает материал в части базовых понятий маркетинга, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет подходы к обоснованию маркетинговых решений, умеет характеризовать параметры целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, владеет необходимыми навыками и приемами операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	85-76
Пороговый	Удовлетворительно выставляется студенту (базовый уровень), если он имеет знания только основного материала в части базовых понятий маркетинга, приемов и средств операционного маркетинга, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в обосновании маркетинговых решений, испытывает затруднения при выполнении практических работ, допускает неточности при выборе методов маркетинговой деятельности	75-61
Уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Практический маркетинг»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»	7
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»	16
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»	19
Приложение 1 (справочное)	20

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций и системы маркетинговых коммуникаций	ПК-3.5 - формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании	<i>знает:</i> - базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; - структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения;	Дискуссия 4 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия	Кейс-задачи 1, 1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации	Кейс-задачи 1, 1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	
2	Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями	ПК-2.3 - разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	<i>знает:</i> - процесс планирования маркетинговых коммуникаций; - методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения	Дискуссия 4 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации	Многоуровневая задача и задание 2, 1, 2.2, 2.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения - технологиями планирования	Многоуровневая задача и задание 2, 1, 2.2, 2.3 (ПР-11)	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
			маркетинговых коммуникаций предприятия		
3	Тема 3. Основные направления исследований в области продвижения	ПК-1.4- выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией	<i>знает:</i> - направления исследований в области продвижения	Дискуссия 4 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения - проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка – собирать цифровые следы компании; – формировать репутацию компании в digital пространстве	Кейс-задачи 3, 1, 3.2, 3.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории	Кейс-задачи 3, 1, 3.2, 3.3 (ПР-11)	
4	Тема 4. Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии	ПК-2.3 - разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	<i>знает:</i> - понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга	Дискуссия 4 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации	Кейс-задача 4.1, 4.2. 4.3 (ПР-11)	
			<i>Владеет:</i> - навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки Landing page	Кейс-задача 4.1, 4.2. 4.3 (ПР-11)	
5	Тема 5. Особенности основных инструментов	ПК-2.3 - разрабатывает стратегии продвижения	<i>знает:</i> - инновационные направления развития	Дискуссия 5 (УО-4)	Вопросы к экзамену

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
	цифрового маркетинга	продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам - рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет		
			<i>умеет:</i> - разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам	Кейс-задачи 5.1, 5.2 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам - навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга	Кейс-задачи 5.1, 5.2 (ПР-11)	
		ПК-1.5 –Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов	знает содержание деятельности по управлению репутацией в цифровом пространстве (SERM - Search Engine Reputation Management)	Дискуссия 5 (УО-4)	
			умеет анализировать цифровые следы	Кейс-задача 5.3 (ПР-11)	
			<i>владеет</i> навыками формирования репутации компании в digital пространстве	Кейс-задача 5.3 (ПР-11)	
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности	ПК-1.4 - выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией	<i>знает:</i> - сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы	Дискуссия 6 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - выявлять тенденции в поведении	Кейс-задачи 6.1. 6.2, 6.3	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
			посетителей сайта	(ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб- аналитики	Кейс-задачи 6.1. 6.2, 6.3 (ПР-11)	

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.

3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «**Цифровой маркетинг**» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссии, кейс-задачи, много уровневые задачи и задания по темам) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Перечень дискуссионных тем:

Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций и системы маркетинговых коммуникаций

1. Эволюция подходов к трактовке понятия «маркетинговые коммуникации»
2. Цели, задачи и специфика видов продвижения, составляющих комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий B2C
3. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций B2B
4. Специфика информационного продвижения для предприятий разной специализации.
5. ATL и BTL.
6. Развитие видов рекламы в процессе эволюции концепций маркетинга. Классификации рекламы, содержание и особенности видов рекламы.
7. Специфика информационного продвижения для предприятий разной специализации.

Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями

1. Понятие и элементы плана маркетинговых коммуникаций.
2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями предприятия.
3. Стратегические и тактические решения в рамках планирования маркетинговых коммуникаций.
4. Сущность понятия «бюджет продвижения».
5. Типология методов расчета бюджета продвижения
6. Расчет бюджета продвижения в зависимости от оборота,
7. Расчет бюджета продвижения в зависимости от рыночных позиций, исходя из целей и задач, метод остаточных средств,
8. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели ADBUDG,
9. Метод расчета бюджета продвижения в % к объему сбыта,
10. Метод долевого участия на рынке (метод равенства долей рынка),
11. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели Юла,
12. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели Видаля-Вольфа.
13. Проблемы, связанные с оценкой эффективности рекламы.
14. Сущность комплексной оценки эффективности коммуникационной деятельности и ее уровни: рыночная и коммуникативная эффективность.
15. Система показателей для комплексной оценки эффективности рекламной деятельности и исследование критериев.

16. Содержание понятий «показатель эффективности», «критерий или норматив показателя», «методология расчета», «технология оценки».
17. Методология оценки рыночной эффективности продвижения
18. Методология оценки коммуникативной эффективности продвижения
19. Особенности оценки эффективности рекламы в Интернет - ключевые показатели.

Тема 3. Основные направления исследований в области продвижения

1. Основные направления исследований в области продвижения и их содержание
2. Содержание медиаисследований и их методология.
3. Направления и показатели исследования медиапредпочтений целевой аудитории фирмы на региональном рынке и рынке стран АТР
4. Планирование маркетинговых исследований, программа исследований и ее элементы.
5. Обзор крупнейших исследовательских компаний на российском рынке, специализирующихся на исследованиях в области продвижения и их специализация: Медиаскоп, [Ipsos Comcon](#), ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения), Ромир (бывший НИСПИ - Национальный институт социально-психологических исследований), Фонд «Общественное мнение», V-Ratio и др.
6. Объем, структура, тенденции и особенности рекламного рынка страны.
7. Статистики, применяемые при замере аудиторий СМИ (на телевидении, радио в прессе).
8. Содержание исследований аудиторий СМИ, on-line и off-line технологии количественных и качественных исследований.
9. Услуги панельных провайдеров: Tiburon (собственные панели, обслуживаемые клиентскими порталами [InternetOpros.ru](#) – общая B2C панель, [OprosMam.ru](#) – панель мам с маленькими детьми) и ОМІ (общая потребительская панель, автовладельцев, B2B панель IT-директоров и специалистов, панель врачей и медицинских работников).
10. Влияние моделей поведения индивидуальных и корпоративных потребителей на медиапланирование (рациональное и иррациональное поведение).

Тема 4. Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии, российская экосистема

1. Сравнительный анализ понятий цифровой маркетинг и интернет-маркетинг.
2. Цели, задачи и специфика видов продвижения, составляющих цифрового маркетинг.
3. В чем отличия понятий «канал», «технология», «метод» в цифровом маркетинг?
4. Сущность контекстной рекламы на поиске и в партнерских сетях.
5. Сущность SEO.
6. Сущность рекламных услуг сотовых операторов.
7. Сущность веб-аналитики.

Тема 5. Особенности основных инструментов цифрового маркетинга

1. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
2. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
3. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
4. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования.
5. Сущность SEO.
6. Сущность SEM.

7. Сущность SMM.
8. Сущность SMO.
9. Возможности продвижения компании через YouTube.
10. Виды бесплатного продвижения в Instagram.
11. Виды платного продвижения в Instagram.
12. Возможности продвижения, предоставляемые сервисами Stories и Lives.
13. Сущность кликфрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности

1. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI)
2. Традиционная веб-аналитика основана на системе KPI, а на чем базируется ключевой понятийный анализ (kia – key insights analysis)?
3. В чем суть веб-аналитики 2.0.
4. Какие достоинства и недостатки есть у счетчиков и лог-анализаторов?
5. Раскройте сущность парадигмы Trinity, используемой в веб-аналитике 2.0.
6. Чем отличаются UTM-метки и метки OpenStat?

Ключи (ответы) на вопросы для дискуссии

Нет ключей

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные	75-61

	источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

2. Кейс-задачи

Задание (я):

Кейс-задача 1.2. Разработка имени бренда и программы продвижения для продукции конкретной компании.

Вариант 1. Компания ООО «Джей Рус» разработала и начинает поставку на рынок Приморского края следующей продукции (возможны варианты):

– дорогой, элитный чай. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 2 млн руб.

– доступный по цене чай. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 500 тыс. руб.

Выполните следующие действия:

– Опишите целевые сегменты потребителей и целевые группы воздействия (целевую аудиторию), дайте общую характеристику продукта (органолептические характеристики, упаковка).

– Придумайте не менее 20-ти броских запоминающихся названий марки по четырем тематическим полям, используя процесс разработки имени, затем выберите 3 окончательных варианта.

– Придумайте главную идею (слоган) всей рекламной кампании, которая красной нитью будет проходить через все рекламные мероприятия (3 варианта). Например, для чая Индус – «Индус – чай с крепким характером».

– Предложите оригинальные формы продвижения на первый год, уточнив формы мероприятий и средства распространения.

Вариант 2. Компания ООО «Фабрика Мороженого» разработала и начинает поставку на рынок Приморского края следующей продукции (возможны варианты):

– дорогое, элитное мороженое (в высоком ценовом диапазоне). Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 2 млн руб.

– мороженое в низком и среднем ценовом диапазоне. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 500 тыс. руб.

Выполните следующие действия:

– Опишите целевые сегменты потребителей и целевые группы воздействия (целевую аудиторию), дайте общую характеристику продукта (органолептические характеристики, упаковка).

– Придумайте не менее 20-ти броских запоминающихся названий марки по четырем тематическим полям, используя процесс разработки имени, затем выберите 3 окончательных варианта.

– Придумайте главную идею (слоган) всей рекламной кампании, которая красной нитью будет проходить через все рекламные мероприятия (3 варианта).

– Предложите оригинальные формы продвижения на первый год, уточнив формы мероприятий и средства распространения.

Ключи (ответы) на кейс-задачу:

Нет ключей

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
------------------	-----------------------------	---------------

повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами стратегического анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

4. Разноуровневые задачи и задания

Комплект разноуровневых задач и заданий

Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями

Многоуровневая задача и задание 2.1. Расчет бюджета продвижения всеми возможными методами.

Вариант 1. Пусть некоторая фирма принимает решение выйти на рынок с новой товарной маркой. Фирма планирует, что объем продаж составит 500 тыс. долл. в год. Маркетологи фирмы провели исследование рынка и определили следующие показатели:

1. Планируемая доля рынка составит 5 %.
2. На данном рынке на коммуникативную деятельность ежегодно всеми фирмами-продавцами тратиться 400 тыс. долл.
3. Сложившийся на рынке показатель процентного отчисления на коммуникативную деятельность от объема продаж равен 3 %.
4. Затраты на коммуникативную деятельность основных фирм-конкурентов (конкурент 1, конкурент 2, конкурент 3) составляет соответственно 32 тыс. долл., 28 тыс. долл. и 35 тыс. долл.
5. Чтобы достичь заданного уровня объема продаж, необходимо охватить 75 % целевой аудитории коммуникативной деятельностью.
6. Для охвата 75 % целевой аудитории коммуникативной деятельностью требуется оплатить 1250 рейтинговых единиц (Gross Rating Points или GRP).
7. Стоимость одной рейтинговой единицы составляет 13 долл.

На основании полученных данных требуется рассчитать объем бюджета коммуникативной деятельности на год, используя все возможные методы.

Вариант 2. Текущий объем продаж фирмы составляет 500 тыс. долл. Фирма планирует увеличить объем продаж на 50 тыс. долл. Маркетологи фирмы провели исследование рынка, в результате были получены следующие данные.

1. Численность всех потенциальных потребителей товара фирмы составляет 200 тыс. чел.
2. Уровень насыщения рынка данным товаром (максимальный уровень объем продаж в стоимостном или денежном выражении) оценивается в 5 млн. долл.
3. Константа реакции оборота k_1 на коммуникативную деятельность (объем продаж, вызванный каждым затраченным на коммуникативную деятельность долларом, в условиях, когда объем продаж равен 0) равна 8.
4. Константа уменьшения объема продаж k_2 (доля объема продаж, на которую этот объем уменьшается в единицу времени в условиях, когда фирма не расходует средств на коммуникативную деятельность) равняется 0,1
5. Ожидаемая доля рынка при планируемом увеличении объема продаж составит 5 %.
6. При нулевых затратах на коммуникативную деятельность доля рынка фирмы составит 2 %.
7. При наивысшем уровне интенсивности коммуникативной деятельности доля рынка фирмы составит 7 %.
8. Коэффициент ослабления функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат - δ , исчисляемых в долл., составляет 0,9. (для расчета бюджета в тыс. долл.)
9. Коэффициент чувствительности функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат - γ , исчисляемых в долл., равен 0,032 (для расчета бюджета в тыс. долл.)

На основании полученных данных требуется рассчитать объем бюджета коммуникативной деятельности на год, используя все возможные методы.

Многоуровневая задача и задание 2.2. Расчет бюджета продвижения одним методом.

Вариант 1. Рассчитайте бюджет коммуникативной деятельности фирмы на следующий год, которая ставит целью достижение рыночной доли объема продаж в 8 %. Допустим, что при отсутствии коммуникативной деятельности фирма завоюет лишь 2 % (например, за счет уникальных свойств своего товара). При максимальных затратах рыночная доля не сможет превысить 12 %. Коэффициент ослабления функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат в млн. руб. составляет 12, а коэффициент чувствительности функции реакции – 10.

Вариант 2. Оцените бюджет коммуникативной деятельности фирмы «ДИОНИС», которая ставит целью достигнуть объема продаж в 120 тыс. долл. при максимально возможном объеме продаж 200 тыс. долл. (при 100 % охвата). Допустим, что количество рейтинговых единиц, необходимых для охвата 100% аудитории телезрителей, составляет 3000, а стоимость 1 рейтинговой единицы 8 долл.

Вариант 3. Рассчитайте рекламный бюджет для компании ООО «Дентал-мастер» (стоматологические услуги), которая ставит целью охватить 75 % телезрителей ОТВ-ПРИМ. Допустим количество рейтинговых единиц, необходимых для охвата 75 % аудитории телезрителей, составляет 2000, а стоимость 1 рейтинговой единицы - 9 долл.

Вариант 4. Рассчитайте годовой бюджет коммуникативной деятельности фирмы по двум методикам, если известны квартальные объемы бюджетов коммуникативной деятельности фирм-конкурентов: 112,5 тыс. руб., 195 тыс. руб., 28 тыс. руб., 137,5 тыс. руб. и если годовой объем продаж фирмы составляет 15000 тыс. руб., что составляет рыночную долю в 5 %.

Ключи (ответы)

Многоуровневая задача и задание 2.1. Расчет бюджета продвижения всеми возможными методами.

Вариант 1

1. 20 тыс. долл.,
2. 15 тыс долл.,
3. 31,67 тыс. долл.,
4. 16,25 тыс.долл.

Вариант 2

1. 13,889 тыс. долл.,
2. 11,828 тыс. долл.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	100 - 86
базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в	85-76

	рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	75-61
уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Банк вопросов

1. Сравнительная характеристика понятий «коммуникационная деятельность», «структура комплекса маркетинговых коммуникаций» и «система управления коммуникационной деятельностью предприятия».
2. Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия, ATL и BTL.
3. Система управления коммуникативной деятельностью предприятия и ее элементы.
4. Совокупность факторов, оказывающих влияние на структуру комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия и формы продвижения.
5. Эволюция моделей коммуникационного процесса.
6. Ступенчатые модели влияния рекламы: SMCR, AIDA, AIDMA, AIDMAA, AIDA(S), шестиступенчатая модель Лэвиджа и Стинера, 12-ти уровневая или двухфакторная модель Макгваера.
7. Модели иерархии эффектов и три модели иерархии эффектов Рэйя.
8. Многомерность влияния рекламы в зависимости от ряда факторов: четыре модели Брауна и Стеймена (в т.ч. модель двойного посредника), модели Аакера и Стеймана, Гудстайна, Эделля и Мура, модель Росситера и Перси.
9. Основные направления исследований в области продвижения.
10. Совокупность показателей, характеризующих структуру рекламного рынка страны, методология исследования рекламного рынка.
11. Рекламный рынок и его субъекты как ресурсная база для планирования и реализации рекламной деятельности предприятия.
12. Исследования рекламного рынка: особенности и тенденции развития рекламного рынка, виды и формы рекламы, рейтинги СМИ, цены на рекламные услуги и рекламные продукты.
13. Медиапредпочтения целевой аудитории воздействия.
14. Сущность целевой аудитории воздействия и ее групп.
15. Технологии исследования медиапредпочтений групп целевой аудитории воздействия предприятия.
16. Структура и содержание плана коммуникативной деятельности предприятия.
17. Этапы процесса планирования коммуникативной деятельности компании.
18. Содержание исследований, предшествующих планированию рекламной деятельности.
19. Совокупность стратегий предприятия в области продвижения (общие стратегии продвижения, медиа-стратегии и стратегии относительно групп целевой аудитории)
20. Понятие бюджета продвижения и классификация методов его расчета.
21. Метод расчета бюджета продвижения в процентах от сбыта (достоинства и недостатки).
22. Метод расчета бюджета продвижения с учетом целей и задач (достоинства и недостатки).
23. Модель расчета бюджета продвижения Юла (достоинства и недостатки).
24. Модель Видаля-Вольфа (достоинства и недостатки).
25. Модель расчета бюджета продвижения ADBUDG (достоинства и недостатки).

26. Метод расчета бюджета продвижения с учетом практики конкурирующих фирм (достоинства и недостатки).
27. Метод долевого участия на рынке (достоинства и недостатки).
28. Модель расчета бюджета продвижения Данахера-Руста (достоинства и недостатки).
29. Сущность комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и ее уровни.
30. Рыночная эффективность коммуникативной деятельности.
31. Коммуникативная эффективность продвижения.
32. Система показателей для комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и исследование критериев (нормативов).
33. Сравнительная характеристика понятий «цифровой маркетинг», «Интернет-маркетинг».
34. Сравнительная характеристика понятий каналы, технологии и формы (форматы) цифрового маркетинга.
35. Сегмент Programmatic, участники и их функции на digital-рынке России.
36. Содержание и особенности контекстной рекламы.
37. Содержание и особенности поисковой рекламы.
38. Содержание и особенности SEO-оптимизации.
39. Содержание и особенности SMM.
40. Традиционная веб-аналитика и система KPI
41. На чем базируется ключевой понятийный анализ (KIA – key insights analysis)?
42. В чем суть веб-аналитики 2.0.
43. Какие достоинства и недостатки есть у счетчиков и лог-анализаторов?
44. Раскройте сущность парадигмы Trinity, используемой в веб-аналитике 2.0.
45. Чем отличаются UTM-метки и метки OpenStat?
46. Какие виды бесплатного продвижения возможны в Instagram ?
47. Какие виды платного продвижения возможны в Instagram ?
48. Какие возможности продвижения предоставляет сервис Stories и Lives?

Ключи (ответы) к вопросам экзамена:

Нет ключей

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач,	85-76

	владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Маркетинговое управление»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Форма подготовки: очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговое управление»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление»	6
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление»	13
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговое управление»	16

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговое управление»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тема 1 Роль маркетингового управления в системе маркетинга предприятия	ОПК-4.2 – Определяет направления деятельности компании, долговременные и краткосрочные цели, стратегию и тактику их достижения	Знает стратегии маркетинга на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях компаний	УО-1	-
2	Тема 2 Система стратегий предприятий	ОПК-4.2 – Определяет направления деятельности компании, долговременные и краткосрочные цели, стратегию и тактику их достижения	Знает стратегии маркетинга на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях компаний	УО-1	
3	Тема 3: Стратегии на корпоративном уровне	ОПК-4.2 – Определяет направления деятельности компании, долговременные и краткосрочные цели, стратегию и тактику их достижения	Знает стратегии маркетинга на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях компаний	УО-1; ПР-11	
			Умеет анализировать маркетинговую среду предприятия и оценивать результативность маркетинговых программ на предприятии		
			Умеет реализовывать стратегии маркетинга (на корпоративном, функциональном, инструментальном уровнях) и маркетинговые программы для предприятия с учетом влияния внешних и внутренних факторов маркетинговой среды		
4	Тема 4: Конкурентоспособность предприятия	ПК-4.5 – Управляет продажами товаров и услуг	Знает современные технологии и инструменты эффективных продаж товаров и услуг на предприятии	УО-1; ПР-11	
			Умеет выбирать технологии и инструменты эффективных продаж в зависимости от типа предприятия		

			Умеет организовать процесс продажи на предприятии		
5	Тема 5: Стратегии на функциональном уровне	ОПК-4.1 - Определяет целевые рынки и место компании на этих рынках ПК-2.14 – Формирует и развивает бренды компаний разных сфер деятельности	Знает понятие целевого маркетинга, целевого сегмента и подходы к сегментированию рынков Знает понятие архитектуры бренда	ПР-11	
			Умеет проводить сегментирование рынка Умеет формировать бренд		
			Умеет определять и описывать целевые сегменты рынка компании Умеет разрабатывать программы продвижения брендов компаний разных сфер деятельности		
6	Тема 6: Стратегии на инструментальном уровне	ПК-2.13 – Разрабатывает/проектирует и реализует мероприятия в рамках комплекса маркетинга в компаниях разных сфер деятельности	Знает понятие комплекса маркетинга предприятия и особенности его формирования для предприятий разных сфер деятельности	УО-1; ПР-11	
			Умеет формировать комплекс маркетинга для предприятий разных сфер деятельности		
			Умеет разрабатывать мероприятия в рамках комплекса маркетинга		
7	Тема 7: Маркетинговое планирование	ПК- 1.11 – Формирует спрос и лояльность потребителей товаров и услуг предприятий разных сфер деятельности	Знает понятие спроса и лояльности потребителей товаров и услуг предприятий разных сфер деятельности	УО-1; ПР-11	
			Умеет разрабатывать анализировать маркетинговую среду предприятия и оценивать результативность маркетинговых программ на предприятии		
			Умеет реализовывать стратегии маркетинга (на корпоративном, функциональном, инструментальном уровнях) и маркетинговые программы для предприятия с учетом влияния внешних и внутренних факторов маркетинговой среды		
8	Тема 8: Организация службы маркетинга на предприятии	ОПК-4.2 – Определяет направления деятельности компании, долговременные и	Умеет анализировать маркетинговую среду предприятия и оценивать результативность маркетинговых программ на предприятии	УО-1; ПР-11	

		краткосрочные цели, стратегию и тактику их достижения	Умеет реализовывать стратегии маркетинга (на корпоративном, функциональном, инструментальном уровнях) и маркетинговые программы для предприятия с учетом влияния внешних и внутренних факторов маркетинговой среды		
	Экзамен			-	ПР-1

* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты кейс-задачи, ответов в ходе круглого-стола, коллоквиума) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

- 1. Вопросы для собеседования (коллоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.)*

Тема 1.

Круглый стол «Роль маркетингового управления в системе предприятия»

1. Маркетинговое управление в системе предприятия
2. Элементы маркетингового управления предприятия
3. Стратегический и операционный маркетинг: отличительные черты

Тема 2.

Круглый стол «Система стратегий предприятия (на примере предприятий различных сфер деятельности)»

1. Понятие стратегии
2. Понятие маркетинговой стратегии
3. Уровни стратегий предприятия: корпоративный, функциональный и инструментальный

Тема 3. Конкурентоспособность предприятия

Круглый стол: «Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия»

1. Понятие конкурентоспособности предприятия
2. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
3. Особенности оценки конкурентоспособности предприятий различных направлений деятельности

Тема 4.

Круглый стол: «Система корпоративных стратегий»

1. Корпоративные стратегии: стратегии роста, конкурентные стратегии, портфельные стратегии
2. Виды стратегий роста
3. Выбор портфельных стратегий
4. Базовые конкурентные стратегии

Требования к представлению материалов:
Перечислить

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования (колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.):

.....

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено	75-61

	не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

Задание 1: Кейс «Развитие бизнеса»

Собственники компании, занимающейся производством оборудования, решили диверсифицировать свой бизнес и устремили свои взоры к загородному домостроению.

При выборе этого решения они исходили из того, что:

1. Уже есть опыт строительства (производственные площади и офисное здание в промзоне).

2. В собственности имеется песочный карьер.

3. Несколько лет назад был приобретен участок земли 17 га за городом (20 км от города). Статус земель с/х назначение.

Первоначальной идеей проекта было строительство поселка «бизнес-класса» по цене среднего класса. Территория была поделена на 43 участка площадью от 11 до 40 соток. Под инфраструктуру выделено 4 га. Предполагается строительство ресторана, СПА и фитнес-центра. К работе было привлечено архитектурное бюро, которое по желанию собственника разработало проекты домов в альпийском стиле (шале). Площадь домов от 240 до 480 м². Началось строительство 1-й очереди. Работы выполняет тот же подрядчик, что возводил производственные цеха. Как водится, установили «коробки». Фундамент и перекрытия – армированная железобетонная плита, стены пенобетон. Коммуникации планировались центральные, канализация локальная (септик).

В процессе работы оказалось, что затраты превышают планируемые и было решено переориентироваться на другой сегмент потребителей- «элитный» и увеличить цену в 2,5 раза. Одновременно со строительством была начата организация продвижения и продаж. Продажи были отданы на аутсорсинг агентству недвижимости. Продвижением занялся отдел маркетинга предприятия.

Собственниками с самого начала были выдвинуты условия: поселок носит характер «клуба»; целевой аудиторией должны являться люди одного социального статуса; приобретение с целью инвестирования средств не подразумевается. Выбор рекламных каналов зачастую определялся собственниками бизнеса по принципу «мне здесь нравится. Давайте сделаем».

В результате были использованы следующие каналы продвижения:

- создание сайта поселка и размещение баннеров на сайтах, специализирующихся на продаже недвижимости;

- наружная реклама: билборды на всех выездах из города в данном направлении;

- участие в выставках недвижимости и статусных мероприятиях, таких как «Кубок губернатора» и т.д.;

- выпуск собственного журнала, посвященного стилю жизни в Швейцарии;

- размещение рекламы в журналах по недвижимости;

- прямая почтовая рассылка по адресной базе руководителям крупных предприятий города.

Прошел год. Бюджет маркетинга приблизился к 10 млн.руб. За это время в отдел продаж поступило 300 звонков. Треть звонивших сразу отказываются от рассмотрения предложения после указания ориентировочной цены коттеджа. 90 человек приехали посмотреть один раз и только 20 приехали дважды. Причины отказа все те же - высокая цена и не устраивает качество строительства (после просмотра). Был куплен один дом (по бартеру). Собственников начинает беспокоить сложившаяся ситуация. Кроме того возникли некоторые финансовые затруднения, потому что первоначально планировалось, что к началу строительства второй и третьей очереди, часть коттеджей первой очереди строительства будет приобретена. Поэтому приходится отвлекать средства из основного бизнеса производства оборудования. А с учетом сложившейся экономической ситуации, падения промышленного производства - это становится затруднительно.

Вопросы:

1. Какую стратегию использовало предприятие?
2. Насколько с вашей точки зрения был удачен выбор направления для развития бизнеса?
3. В чем причина неудач проекта?
4. Возможные варианты решения проблемы?

Ключи (ответы) на кейс-задачу:

В решении кейса должны быть названа стратегия развития бизнеса – конгломератная диверсификация. Проблема – провал новой стратегии. Предлагаемые варианты решений должны быть аргументированы и обоснованы.

Задание 2 (установите соответствие вопросов и ответов)

- 1.1. Значимость или польза продукта для потребителя.
- 1.2. Абсолютная нижняя граница цены, до которой предприятие может понизить (уронить) цену в сложной ситуации
- 1.3. Ценовая политика, предполагающая изучение спроса на рынке, требований потребителей к качеству продукции с целью учета их в цене.
- 1.4. Цена, нацеленная на получение определенного размера прибыли
- 1.5. цена, рассчитанная на основе анализа точки безубыточности и обеспечивающая покрытие на замещение товара и постоянных расходов при некотором заданном объеме продаж.
- 1.6. Ценовая политика, предполагающая определения цен на основе затрат
- 1.7. Реакция спроса и предложения, в ответ на изменения цен товаров, доходов потребителей и других факторов, получила название ().

ОТВЕТЫ:

1. Целевая цена
2. Активная политика цен
3. Техническая цена
4. эластичность спроса
5. Пассивная политика цен
6. Предельная цена
7. Ценность

Ключи (ответы) на задание 2:

Задание 3

- 1.1. Период существования определенного вида товара на рынке (в продаже), который характеризуется изменением во времени объемов продаж и прибыли ().
- 1.2. Совокупность всех товаров фирмы ()
- 1.3. Расширение ассортимента продукции предприятия путем выпуска новых видов товаров, которые с технической и маркетинговой точек зрения могут быть похожи на выпускавшиеся ранее или не связаны с ними называется ().
- 1.4. Графической моделью перекрестной классификации является ()
- 1.5. Графической моделью иерархической классификации является ()
- 1.6. Группа продуктов либо с тождественными принципами функционирования, либо предназначенных для одних и тех же категорий потребителей, либо поставляемых через однотипные магазины, либо продаваемых в рамках определенного диапазона цен. ()
- 1.7. Основными характеристиками ассортимента являются: (), (), (), (), ()
- 1.8. Укажите последовательно стадии формирования торгового ассортимента (), (), ()
- 1.9. Совокупность решений и правил поведения, принимаемых заранее на определенный период времени в области управления товарной номенклатурой предприятия ()

ОТВЕТЫ:

1. Дендрограмма 2. Диверсификация 3. ЖЦТ. 4. Ширина (широта). 5. Глубина 6. Анализ и оценка ассортиментной политики. 7. Товарная линия (ассортимент) 8. Товарная номенклатура (товарный микс) 9. Таблица (или матрица). 10. Сбалансированность 11. Выбор основных показателей 12. Устойчивость 13. Установление (определение) групп ассортимента 14. Обновляемость 15. Товарная политика

Ключи (ответы) на задание 3:

1. ЖЦТ
2. Товарная номенклатура (товарный микс)
3. Диверсификация
4. Таблица (матрица)
5. Дендрограмма
6. Товарная линия (ассортимент)
7. Глубина, ширина (широта), сбалансированность, устойчивость, обновляемость
8. Анализ и оценка ассортиментной политики, выбор основных показателей, установление (определение) групп ассортимента
9. Товарная политика

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61

уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0
----------------------	---	------

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

1. Банк тестовых заданий

Тесты

- 1. Различают две ключевые маркетинговые концепции: сегментирование и дифференцирование. Какая из концепций основана на различиях между товарами и относится к предложению?*
 - А. Сегментирование рынка
 - В. Дифференцирование товара
 - С. Диверсификация деятельности
- 2. Различают две ключевые маркетинговые концепции: сегментирование и дифференцирование. Какая из концепций основана на различиях между составляющими рынок потенциальными покупателями и имеет отношение к спросу?*
 - А. Сегментирование рынка
 - В. Дифференцирование товара
 - С. Диверсификация деятельности
- 3. Разбиение рынка конкретного продукта на отдельные группы, объединяющие потребителей с близкими потребительскими предпочтениями или группировка потребителей по каким-либо признакам, в той или иной мере определяющим их поведение на рынке.*
 - А. сегментирование
 - В. выбор целевых сегментов рынка
 - С. позиционирование
 - Д. диверсификация
- 4. Маркетинговая стратегия, предполагающая разработку продукта и комплекса маркетинговых мероприятий для определенного узкого сегмента рынка.*
 - А. массовый маркетинг
 - В. целевой (концентрированный) маркетинг
 - С. дифференцированный маркетинг
 - Д. персональный маркетинг
- 5. Стратегия микросегментирования, ориентированная на широкий потребительский рынок без разбиения на сегменты.*
 - А. массовый маркетинг
 - В. целевой (концентрированный) маркетинг
 - С. дифференцированный маркетинг
 - Д. персональный маркетинг
- 6. Стратегия микросегментирования, рассчитанная на несколько сегментов, для каждого из которых разрабатывается свой товар и набор маркетинговых мероприятий.*
 - А. массовый маркетинг
 - В. целевой (концентрированный) маркетинг
 - С. дифференцированный маркетинг
 - Д. персональный маркетинг
- 7. Деятельность в комплексе маркетинга по организации системы физического продвижения товара от производителя к потребителю, называется:*
 - А. продвижение
 - В. распределение
 - С. цена
 - Д. товар
- 8. Установление низкой начальной цены на новый товар с целью привлечения внимания большего количества покупателей и завоевания большей доли рынка, с постепенным ее повышением*
 - А. Снятие сливок

- В. Ценовая война
- С. Убыточный лидер
- Д. Дискриминационное ценообразование
- Е. Проникновение на рынок

9. Установление высокой первоначальной цены на новый товар, чтобы получить максимальный доход во всех сегментах рынка, готовых заплатить высокую цену, с последующим постепенным ее снижением.

- А. Снятие сливок
- В. Ценовая война
- С. Убыточный лидер
- Д. Дискриминационное ценообразование
- Е. Проникновение на рынок

10. Какая группа методов ценообразования предотвращает «войну цен».

- А. Методы, основанные на издержках или затратные
- В. Методы, ориентированные на цены конкурентов
- С. Методы, ориентированные на маркетинг (спрос)
- Д. Параметрические методы

Ключи (ответы) к тестам:

Номер вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ	В	А	А	В	А	С	В	Е	А	А

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении	75-61

	программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговое управление»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Бренд-менеджмент»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

«Брендинг»

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы торговли	ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли	Умеет разрабатывать платформу бренда, включая ценности, миссию, архетип бренда, видение будущего и описание всех сегментов целевых потребителей на основе глубинных мотивов по Мюррею, опираясь на данные исследований, проведенных в рамках задач проекта, включая внутренний аудит бизнеса и его целей, возможностей и ресурсов компании, понимания рынка, конкурентов, мотивов и более целевых сегментов потребителей
	Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического видения компании, с расчетом целевых показателей.
	Понимает, какое место занимает бренд в стратегическом видении компании, с учетом целей, показателей рынка и возможностей(ресурсов) компании в долгосрочной перспективе. При разработке бренда умеет создавать рабочую группу проекта, учитывая все необходимые компетенции для решения задач.
	Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве. .

Контроль достижения целей курса

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	<p>Тема 1. История создания брендинга. Основные характеристики бренда</p> <p>Тема 2. Технология создание брендов</p> <p>Тема 3. Правовые основы брендинга</p> <p>Тема 5. Капитализация брендов</p>	ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли	<p>знает: основные понятия, цели, принципы, объекты, методы, ассортиментные, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие; теоретические основы формирования ассортимента</p>	<p>Дискуссия (УО-4) Разноуровне-вые задачи и задания (ПР-11)</p>	<p>Ответы на вопросы, выполненные домашние задания</p>
	<p>Тема 6. Маркетинговые исследования в брендинге. Коммуникационная кампания бренда</p> <p>Тема 7. Управление лояльностью к бренду</p> <p>Тема 8. Брендинг в отраслях и сферах бизнеса</p>				

Зачетно-экзаменационные материалы

Вопросы для экзамена

1. Азиатская и западная модели брендинга. Преимущества и недостатки моделей брендинга.
2. Алгоритм разработки бренда.
3. Архитектура бренда.
4. Атрибуты, преимущества, ценности, индивидуальность и суть бренда.
5. Аудит бренда.
6. Брендинг как стратегия на рынках с высоким уровнем конкуренции.
7. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления.
8. Виды брендов. Стратегическое значение брендов в корпоративном портфеле.
9. Жизненный цикл бренда.
10. Капитал бренда в модели Д.Аакера.
11. Качественные и количественные исследования в создании моделей бренда.
12. Классификация брендов.
13. Маркетинговые инструменты в анализе стратегических возможностей и роли брендов.
14. Место и роль бренда в стратегии компании.
15. Методы изучения развития бренда.
16. Методы стратегического, оперативного и административно-организационного бренд-менеджмента.
17. Модели и методы оценки стоимости бренда.
18. Обоснование мероприятий брендинга.
19. Основные концепции и направления развития брендинга.
20. Основные модели и принципы создания бренда.
21. Основные этапы создания архитектуры брендов.
22. Особенности и тенденции в развитии бренд-коммуникаций в России.
23. Особенности различных подходов к брендированию.

24. Планирование в брендинге.
 25. Подходы к разработке организационных структур в сфере управления брендами.
 26. Портфель брендов и роли брендов в портфеле.
 27. Принципиальная схема брендинга.
 28. Принципы бренд-менеджмента.
 29. Проектирование бренда: создание наименования, креативные работы, подготовка рекламной компании.
 30. Процесс становления товара в качестве бренда.
 31. Разработка идентичности бренда.
 32. Распространенные схемы взаимоотношения брендов одной компании.
 33. Стадии и этапы брендинга.
 34. Стадии подготовки: аналитика и обоснование действий.
 35. Стадия реализации: внедрение и поддержание бренда, мероприятия по увеличению силы бренда.
 36. Структура идентичности бренда.
 37. Структура портфеля брендов, основные параметры: группировка по значимым характеристикам.
 38. Сущность процесса позиционирования бренда.
 39. Факторы развития структур управления брендами.
 40. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов.
- Стратегические возможности брендинга.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамен
по дисциплине «Бренд-менеджмент»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	<i>«отлично»</i>	Оценка выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно

		увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	<i>«хорошо»</i>	Оценка выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
0-60	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Оценочные средства для текущей аттестации

Перечень дискуссионных тем

по дисциплине «Брендинг»

- 1 Основные концепции и направления развития брендинга.
- 2 Основные модели и принципы создания бренда.
- 3 Глубинные мотивы потребителей по Мюррею.

4 Проектирование бренда: платформа бренда, архетип, позиционирование, нейминг, коммуникационная стратегия по выводу бренда на рынок.

5 Развитие брендинга в России. Факторы, способствующие созданию и продвижению брендов в России.

6 Особенности разработки бренда для товара, услуги, компании, личного бренда, онлайн представительства.

7 Платформа бренда и система идентичности бренда.

8 Особенности внедрения нового товара, услуги, бренда в организации, в зависимости от отрасли, рынка, возможностей компании.

Критерии оценки

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.

– 75-61 балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений,

процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Темы индивидуальных творческих проектов

по дисциплине «Брендинг»

Индивидуальные творческие проекты

1. Майнд карта по теме «Платформа бренда и система идентичности бренда».

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется, если студент аргументировал все выделенные направления научного исследования, точно определив содержание и составляющие. Приведены данные зарубежной литературы в количестве от 50 и более источников. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами контент-анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 - баллов – работа студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для

аргументации приводятся статьи зарубежных авторов в количестве от 40-49 источников. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

– 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены статьи зарубежных авторов по рассматриваемой теме от 30-39 источников. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 баллов – если работа основана на контент-анализе до 30 источников. Допущены принципиальные ошибки в выделении направлений научных исследований. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Разноуровневые задачи и задания

по дисциплине «Бренд-менеджмент»

Задание 1

1. Ваша компания занимается предоставлением транспортных услуг и собирается открыть свое представительство в интернете. Вам необходимо разработать и обосновать все этапы, шаги, инструменты, которые нужно сделать, а также разработать коммуникационную стратегию и контент- план, определить миссию компании и сформулировать уникальное позиционирование.

2. Вы – известный бренд-шэф, который решил самостоятельно открыть свое заведение (ресторан, кафе). Расскажите все этапы созоания и вывода на рынок нового проекта..

Задание 2

1. Найдите в следующих названиях брендов именВа их основателей.

Adidas, Ariston, Audi, Bic, Brooke, Ebel, Mazda, Revlon, Yamaha.

Приведите аналогичные примеры из российского брендинга.

2. Придумайте название салону красоты и проанализируйте, какие ассоциации оно вызовет в сознании потребителей. Приведите примеры

неудачных названий, какие ассоциации они вызывают и какие последствия могут повлечь.

Задание 3

1. Фирма изготавливает кроссовки, которые собирается назвать «Победа». Выпускаются три разновидности: детские, женские, мужские. Предложите свое название для кроссовок каждой разновидности. Придумайте слоган для всей серии.

2. Фирма выпускает сливочное мороженое с орехами «Подснежник». Планируется выпуск «Подснежника» со следующими добавками: шоколадом, джемом, вафельной крошкой. Назовите каждый вид мороженого, сохраняя связь с «Подснежником», и придумайте слоган, общий для всех «Подснежников».

Задание 4

1. Магазин торгует посудой и сувенирами русских народных промыслов. В нем есть четыре отдела, которые торгуют: первый - хохломой, второй - гжелью, третий берестяными изделиями, четвертый - дымковскими игрушками. Дайте название магазину, каждому отделу и придумайте общий слоган.

2. Популярный магазин необычных сувениров называется «Экзотик-с». Создается сеть магазинов, в которую войдут, кроме сувенирного, еще магазин экзотической одежды и магазин экзотических продуктов. Придумайте название для этих магазинов, сохранив связь с «Экзотик-с». Составьте слоган для сети.

Задание 5

1. В цирке есть два уникальных номера: дрессированные носороги и жирафы и женщина-паук. Дайте название цирку и этим экзотическим номерам.

2. В меню экспресс-кафе, горячие бутерброды, картофель фри, молочные коктейли, газированная вода и т.п. Посетители в основном студенты. Придумайте название кафе, слоган и название фирменного блюда - куриный шашлык с картошкой фри со сметанным соусом.

Задание 6

1. В городском парке открываются аттракционы луна-парк. Особенность в том, что все аттракционы оформлены в виде цветов. Придумайте общее название для всех аттракционов и слоган.

2. Кондитерская фирма выпускает карамель со вкусом яблока, персика, вишни, кокоса, ананаса, банана. Придумайте название для серии, каждого вида (сохраняя связь с названием серии) и общий слоган для всей серии.

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе;

– 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько

ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Деловая игра

по дисциплине «Брендинг»

1. Тема (проблема): подготовить студентов к практической работе в области маркетинга на внутреннем и внешнем рынках. Студенты должны получить знания и навыки в разработке товарной (брендинговой) политики предприятия

2. Концепция игры: Участники игры (студенты группы) делятся на примерно равные подгруппы. Каждая подгруппа должна состоять из 3-5 человек. Каждая подгруппа выбирает своего директора (руководителя), который и осуществляет в ходе деловой игры связь с консультантом (преподавателем).

Перед подгруппами ставятся цели и задачи проведения деловой игры. Каждому руководителю подгруппы выдается комплект заданий с методическими разработками.

Преподаватель объясняет студентам всю последовательность проведения игры с обозначением этапов ее проведения, сроков выполнения работы, результаты которой они должны представить преподавателю в конце игры для проверки и оценки. Преподаватель предупреждает, что в конце деловой игры каждая подгруппа сдает оформленный итоговый отчет вместе с методическими разработками, выданными в начале деловой игры. Работа подгрупп оценивается преподавателем в ходе проведения заключительного занятия, на котором

публично представляются подготовленные материалы, каждой подгруппой сдается письменный итоговый отчет.

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.

– 75-61 балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением

монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Брендинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Брендинг» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия, разноуровневые задачи и задания, деловая игра) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций

Код и формулировка компетенций	Задание
ПК-2 Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы торговли	Вам предлагается выбрать <i>конкретный бренд товара, предназначенный для рынка B2C, ценности которого Вы разделяете</i> 1. Проведите анализ процесса управления брендом на основе модели «бренд-продукт-вовлеченность потребителя». 2. Опишите процесс стратегического управления брендом



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
образовательная программа «Управление бизнесом»
Форма подготовки очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки»	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»	4
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»	10
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»	12
Приложение 1 (справочное)	13

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Влияние конъюнктуры товарного рынка на проектирование маркетинговой деятельности компании	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
2	Тема 2. Анализ разнообразных культурных сред стран АТР	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
3	Тема 3. Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран: лучшие российские и зарубежные практики	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
	Зачёт			-	УО-1

II. Текущая аттестация по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия; проект) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

1. Вопросы для собеседования (дискуссии):

1. Как искать перспективные товарные рынки и ниши в Азии?
2. Понятие этноцентризма и восприятие чужой культуры. Влияние глобализации на модели потребления в различных странах.
3. Глобальный консюмеризм, «глобальные потребители», «глобальные продукты»
4. Кросс-культурный код азиатского потребителя, вопросы его измерения. Кросс-культурные шоки и их последствия.
5. Новые перспективы и возможные угрозы при выведении российских товаров на рынок Китая
6. Исследование лучших маркетинговых практик при продвижении российских компаний на рынки стран АТР
7. Влияние особенностей экспортируемых российских товаров на выбор каналов коммуникаций при выходе на рынок Китая
8. Влияние культурных особенностей китайских потребителей на выбор контента рекламных посланий при выходе на рынок Китая
9. Проектирование каналов коммуникаций при продвижении российских компаний на рынок Китая *(на примере отдельных рынков по выбору студентов)*

Ключи (ответы) на вопросы для собеседования (дискуссии):

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры;	85-76

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
	свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе	
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

2. Проект в мини-группах

В течение семестра студентам необходимо подготовить проектную работу по теме «Проектирование каналов коммуникаций при продвижении российских компаний на рынок Китая» в составе команды.

На первом занятии студенты делятся на малые проектные команды по 4-5 человек. В каждой команде выбирается руководитель проектной задачи. Ведущим преподавателем объясняется проектный ход и логика выполнения работы, а также выдётся подзадача каждой подгруппе студентов. Проектный ход контролируется ведущим преподавателем в часы консультаций, предусмотренных программой данной дисциплины.

Проблематика проекта: Внутренний китайский рынок представляет огромный интерес для российского бизнеса. Стоит отметить радикальное изменение в позиционировании Китая: так если до 2010-х гг. он воспринимался как глобальный поставщик товаров, то сейчас ситуация в корне изменилась. Китай можно рассматривать как рынок с огромным потребительским потенциалом, что и привлекает российских производителей. Но так ли всё просто и понятно при выстраивании бизнеса на территории Китая? Сложности определяются, прежде всего, разницей менталитетов, разными подходами к ведению бизнеса, языковыми барьерами. Более того, многие компании, которые только выходят на китайский рынок, сталкиваются с тем, что долго не могут найти постоянного и надежного партнера. Боль российских компаний заключается в том, что попытки самостоятельного выхода на китайских импортёров, как правило, заканчиваются заключением договора с посреднической фирмой, которая выступает лишним звеном между экспортером и конечным оптовым покупателем в Китае. Шансы на удачное продвижение имеют только те товары, которых в Китае не хватает, либо они стоят намного дороже, чем в России, однако перечень таких перспективных сегментов и ниш на рынке Китая неочевиден. Помимо этого, нехватка (или отсутствие) информации о коммуникационных предпочтениях китайских потребителей (конечных пользователей товаров и услуг) тормозит процессы выведения российских товаров на рынки Китая. Идея данного проекта заключается в проектировании «успешных» каналов коммуникаций при продвижении российских компаний на рынок Китая. Результаты проекта будут направлены на «сокращение дистанции» между российскими производителями и китайскими потребителями товаров / услуг по перспективным потребительским сегментам и нишам.

Цели проекта: 1) построить матрицу сопряженности экспортируемых российских товаров и каналов коммуникаций при выходе на рынок Китая; 2) определить культурные особенности китайских потребителей, влияющие на контент рекламных посланий; 3) построить карту коммуникационных решений для российских компаний при выходе на рынок Китая (на примере любого рынка по выбору студентов).

Декомпозиция проекта:

№	Подзадача	Требования к магистранту на входе	Количество студентов
1.	Новые перспективы и возможные угрозы при выведении российских товаров на рынок Китая	навыки поиска информации в интернете; навыки работы с информацией; знание основ информационно-аналитической работы; владение иностранным языком (приветствуется); желание учиться и быть мотивированным на получение результата.	4-5 чел. (проектная команда должна состоять из российских и китайских студентов)
2.	Исследование лучших маркетинговых практик при продвижении российских компаний на рынки стран АТР	навыки поиска информации в интернете; навыки работы с информацией; знание основ информационно-аналитической работы; владение иностранным языком (приветствуется); желание учиться и	4-5 чел. (проектная команда должна состоять из российских и китайских

№	Подзадача	Требования к магистранту на входе	Количество студентов
		быть мотивированным на получение результата.	студентов)
3.	Влияние особенностей экспортируемых российских товаров на выбор каналов коммуникаций при выходе на рынок Китая	навыки поиска информации в интернете; навыки работы с информацией; знание основ информационно-аналитической работы; владение иностранным языком (приветствуется); желание учиться и быть мотивированным на получение результата.	4-5 чел. (проектная команда должна состоять из российских и китайских студентов)
4.	Влияние культурных особенностей китайских потребителей на выбор контента рекламных посланий при выходе на рынок Китая	навыки поиска информации в интернете; навыки работы с информацией; знание основ информационно-аналитической работы; владение иностранным языком (приветствуется); желание учиться и быть мотивированным на получение результата.	4-5 чел. (проектная команда должна состоять из российских и китайских студентов)
5.	Проектирование каналов коммуникаций при продвижении российских компаний на рынок Китая (на примере отдельных рынков по выбору студентов)	навыки поиска информации в интернете; навыки работы с информацией; знание основ информационно-аналитической работы; владение иностранным языком (приветствуется); желание учиться и быть мотивированным на получение результата.	4-5 чел. (проектная команда должна состоять из российских и китайских студентов)

Подробное описание содержания проектной работы:

На 1-м этапе проекта на основе анализа статистической информации, профессиональных порталов, сайтов российских и китайских компаний, кейс-стади, коммуникаций с менеджерами компаний (контакты помогает устанавливать ведущий преподаватель) и проч. участники команды определяют перспективные потребительские сегменты и ниши для продвижения российских товаров на рынок Китая. Итогом данного этапа является перечень перспективных потребительских сегментов и ниш для продвижения российских товаров на рынок Китая.

На 2-м этапе проекта, основываясь на результатах, полученных на 1-м этапе, команда проекта должна ответить на вопрос: *есть ли связь между особенностями экспортируемых товаров и коммуникационными предпочтениями китайских потребителей при покупке этих товаров?* Стоит ли развивать идею, что особенности самих товаров (например, минеральная вода, мороженое, конфеты и проч.) определяют специфику выбора тех или иных каналов коммуникации? Для ответа на данный вопрос целесообразно использовать качественные методы сбора информации, например глубинное интервью с китайскими потребителями (помощь в подготовке интервью и поиске респондентов оказывает ведущий преподаватель).

На 3-м этапе проекта, команда определяет влияние культурных особенностей китайских потребителей на выбор контента рекламных посланий при выходе на рынок Китая. Данная задача решается путем анализа данных профессиональных порталов, сайтов российских и китайских компаний, кейс-стади, коммуникаций с китайскими потребителями (глубинное интервью) и проч. (помощь в подготовке интервью и поиске респондентов оказывает ведущий преподаватель).

На 4-м этапе проекта, на основе данных 1-3 этапов команда разрабатывает карту коммуникационных решений для российских компаний при выходе на рынок Китая.

Важным решением является подход к визуализации результатов. Карта разрабатывается на примере *любого рынка по выбору студентов*.

Требования к оформлению работы: результаты работы должны быть представлены в виде мультимедиа материалов, а именно в виде презентаций, выполненных в программе Microsoft Office PowerPoint или сервиса Prezi (<https://prezi.com/>).

Текстовый и графический материал презентации оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95 ЕСКД, с помощью компьютерной верстки в произвольной форме по усмотрению студента. Допускается применение шрифтов различной гарнитуры и интервалов.

Разрешается использовать различные компьютерные эффекты с целью акцентирования внимания на определенных особенностях работы, расчетных данных и прочем. Количество слайдов варьируется в зависимости уровня проработки идеи и вида презентации.

Основные требования к выполнению презентации:

1. Объём, необходимый для выполнения основных требований составляет, как правило, от 10 до 20 слайдов.

2. Все слайды должны быть оформлены в одном стиле. Стиль выбирается из готовых тем оформления или предлагается свой. При изменении темы оформления не должна нарушаться правильность расположения элементов на слайдах (текста, рисунков, заголовков и т.д.).

3. Обязательно наличие не менее одной таблицы, диаграммы, самостоятельно сделанных и вставленных векторных или растровых рисунков (схем, графиков). Таблицы, диаграммы, графики и рисунки должны быть пронумерованы и подписаны.

4. Рекомендуется использовать динамические способы привлечения внимания:

- анимация текста хотя бы для одного слайда;
- анимация хотя бы одного объекта (не текста).

5. Желательно использовать интерактивные элементы слайда – элементы управления:

- переход к следующему слайду;
- переход к предыдущему в презентации слайду;
- завершение презентации с выходом из программы презентации.

6. Презентация должна сопровождаться докладом, время выступления до 10 минут.

7. После выступления докладчик должен ответить на вопросы аудитории.

Ключи (критерии оценки) проекта:

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 балла (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Достижение цели проекта	Цель не достигнута. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Цель достигнута частично. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Продемонстрированы исследовательские	Цель достигнута. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки на достаточном уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного	Цель достигнута в полном объеме. Проблема раскрыта полностью. Выводы обоснованы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по выбранной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Анализ

Оценка	0-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 балла (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
		ие умения и навыки на среднем уровне. Анализ литературы по проблемной области выполнен на основе устаревшей информации, непригодной для формулировки гипотез	количества информационных источников	литературы по проблемной области выполнен на основе достаточного количества информационных источников, продемонстрированы навыки систематизации материала
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна	Представляемая информация систематизирована и последовательна, но есть нарушения в логике изложения	Информация систематизирована, последовательна и логически связана.
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные /или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)

Вопросы для собеседования

1. Объясните, как учитывать влияние конъюнктуры товарного рынка на проектирование маркетинговой деятельности компании. Приведите примеры.
2. Понятие этноцентризма и восприятие чужой культуры. Объясните влияние глобализации на модели потребления в различных странах.
3. Объясните, как вы понимаете глобальный консюмеризм. Что значит термин «глобальные потребители», «глобальные продукты»? Приведите примеры.
4. Кросс-культурный код азиатского потребителя, вопросы его измерения. Кросс-культурные шоки и их последствия.
5. Особенности потребления и восприятия товаров и услуг представителями азиатских стран. Приведите примеры
6. Кросс-культурные различия в поведении потребителей азиатских стран через призму модели культуры.
7. Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран
8. Анализ факторов, определяющих динамику конъюнктуры товарных рынков стран АТР.
9. Выбор перспективных сегментов и ниш на рынках стран АТР. Алгоритм выбора
10. Процедуры выведения товара на рынок
11. Характеристика сбытовых каналов при выходе российских компаний на рынки стран АТР.
12. Особенности поиска деловых партнеров/дистрибьютеров на рынках стран АТР.
13. Характеристика Интернет-площадок по продаже товаров в странах АТР.
14. Правила выстраивания отношений в популярных сообществах Китая (на примере Weibo и WeChat), Кореи (на примере KakaoStory, Band, Facebook, Instagram, Vingle, Twitter, Cyworld, Between, Styleshare, Tumblr, Line, мессенджер KakaoTalk.
15. Особенности продвижения российской товаров и услуг на рынках стран АТР.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций (итоговая задача)

Код и формулировка компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Задание
ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий	У Вас есть намерение выйти с российским медом на рынок Китая. Опишите что вы будете делать, в какой последовательности, какую информацию будете искать и почему, как будете адаптировать комплекс маркетинга под требования китайских потребителей, как будете выбирать перспективные потребительские сегменты и проч.

Ключи (ответы) на вопросы и задания:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
Повышенный	Отлично выставляется студенту (высокий уровень), если он глубоко и прочно усвоил программный материал в части базовых понятий маркетинга, четко и логически стройно излагает подходы к принятию маркетинговых решений на операционном уровне, умеет характеризовать параметры целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками в области операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	100 - 86
Базовый	Хорошо выставляется студенту (базовый уровень), если он твердо знает материал в части базовых понятий маркетинга, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет подходы к обоснованию маркетинговых решений, умеет характеризовать параметры целевой аудитории, решать целевые задачи в сфере маркетинга, владеет необходимыми навыками и приемами операционного маркетинга, методами сбора и анализа маркетинговой информации о бизнес-среде	85-76
Пороговый	Удовлетворительно выставляется студенту (базовый уровень), если он имеет знания только основного материала в части базовых понятий маркетинга, приемов и средств операционного маркетинга, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в обосновании маркетинговых решений, испытывает затруднения при выполнении практических работ, допускает неточности при выборе методов маркетинговой деятельности	75-61
Уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине «Финансовое моделирование»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры «Управление бизнесом»

Форма подготовки – очная

Владивосток
2021

Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Финансовое моделирование».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Финансовое моделирование».....	4
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Финансовое моделирование».....	7
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Финансовое моделирование»	10

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Финансовое моделирование»

п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Моделирование финансов компаний и предприятий	ПК-1.1	Знает теоретические концепции, позволяющие принимать управленческие решения, строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 1 – 23 к
			Умеет выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 1 - 23 к
			Владеет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 1 - 23 к
2	Тема 2. Моделирование портфелей ценных бумаг Тема 3. Модели ценообразование опционов	ПК-4.2	Знает современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 24 – 37 к
			Умеет создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 24 – 37 к
			Владеет методами разработки и развития бизнес-моделей	УО-1 устный опрос, ПР-2 Ситуационные задачи	Вопросы экзамену № 24 – 37 к

II. Текущая аттестация по дисциплине «Финансовое моделирование»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Финансовое моделирование» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Финансовое моделирование» проводится в форме контрольных мероприятий (устного опроса, решения ситуационных задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

Ситуационные задачи

Ситуационная задача 1. Перечислить первые 10 решений в качестве директора компании ... (выбрать компанию из индекса S&P500).

Ситуационная задача 2. Проанализировать ключевые показатели эффективности для компании... (выбрать компанию из индекса S&P500). Объяснить выбор показателей и отказ от использования иных показателей.

Ситуационная задача 3. Составить модель БДДС по данным Баланса и БДР для произвольно выбранной компании из индекса S&P500. Дать пояснения.

Ситуационная задача 4. Расчет стоимости акционерного капитала фирмы Abbot Laboratories по модели Гордона.

На сайте компании представлена история выплаты дивидендов компанией Abbot Laboratories за период с 1988 по 2020 год. Совокупный прирост дивидендов фирмы за этот период составил ____% (а прирост за пять лет - ____%). Рыночный курс акций Abbot Laboratories в конце 1998 года составлял 49 долларов, в конце 2020 года - ____ долларов. Применение формулы Гордона дает стоимость акционерного капитала Abbot Laboratories, равную _____% или _____% в зависимости от того, какой берется темп прироста.

Рассчитать показатели, упомянутые в условии. Дать пояснения.

Ситуационная задача 5. Выбрать для потенциальной покупки акции компании (выбрать компанию из индекса S&P500). Объяснить соотношение мотивов и рисков.

Ситуационная задача 6. Рассчитать изменения оптимальности портфеля с использованием инъекций безрискового актива и приобретения производных финансовых инструментов.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной	100 - 86

	литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	
базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	75-61
уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Финансовое моделирование»

. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Финансовое моделирование» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

Вопросы к экзамену

1. Приведённая стоимость. Определение. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
2. Внутренняя ставка доходности. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
3. Расчёт выплат по кредиту. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
4. Расчёт будущей стоимости. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
5. Расчёт непрерывно накапливаемого дохода. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
6. Расчёт стоимости капитала: дивидендная модель Гордона.
7. Средневзвешенная стоимость капитала. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
8. Ценовая модель рынка капитала. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
9. Линия рынка ценных бумаг. Определение. В каких моделях используется?
10. Расчёт стоимости долга. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
11. Моделирование финансовых отчётов предприятия: метод моделирования финансирования проекта.
12. Поток свободных средств: определение, способ расчёта.
13. Анализ чувствительности: определение, способ расчёта. В каких случаях необходим?
14. Объём долга и коэффициент «долг/акционерный капитал»: метод расчёта. В каких моделях используется?
15. Гипотетические модели и оценивание предприятий: виды и источники исходной информации.
16. Вычисление потоков свободных средств. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
17. Метод эквивалентного займа при моделировании арендных отношений.

18. Расчёт максимально-приемлемой величины арендной платы.
19. Анализ денежных потоков по ЧПС и ВСД.
20. Многофазовый метод в ситуации аренды имущества, частично приобретённого в кредит.
21. Сравнение ставки доходности по многофазовому методу и ВСД.
22. Аренда и финансирование фирмы. Метод (методы) расчёта. В каких моделях используется?
23. Остаточная стоимость имущества и другие факторы, влияющие на арендные платежи.
24. Средний доход и дисперсия портфеля: определение и методы расчёта.
25. Эффективные портфели: определение, техники расчёта, критерии оптимальности.
26. Способы вычисления ковариационной матрицы.
27. Линия рынка капитала (ЛРК) и ЛРК при наличии безрискового актива.
28. Расчёт эффективных портфелей без ограничения прав продажи: теоремы об эффективных портфелях и ЦМРК.
29. Расчёт «бета» и линии рынка ценных бумаг.
30. Эффективные портфели при запрете на продажу без покрытия.
31. Стоимость, подверженная риску: задача трёх активов.
32. Биномиальная модель цены на опционы.
33. Модель Блека-Шоузла.
34. Оценка стоимости опциона на продолжение.
35. Оценка стоимости опциона на отказ от проекта.
36. Логнормальное распределение: определение. В каких случаях применяется?
37. Опциональные сделки и пределы их досрочного исполнения.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86

базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Финансовое моделирование»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

РЕЦЕНЗИЯ

на сборник фондов оценочных средств
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,
«Управление бизнесом»

Представленный на рецензию сборник фонд оценочных средств (далее – сборник ФОС) разработан в соответствии с нормативными документами, указанными в образовательной программе. Сборник ФОС предназначен для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представляет собой совокупность разработанных материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами сборника ФОС являются контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений, навыков и компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки.

Сборник ФОС по образовательной программе представлен примерным перечнем оценочных средств и форм их представления, оценочными средствами для текущего контроля успеваемости, оценочными средствами для промежуточной аттестации.

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения, отвечают требованиям ФГОС и призваны помочь студенту квалифицированно применять полученные знания на практике, реализовывать полученные компетенции в профессиональной деятельности, проявлять готовность к выполнению профессиональных задач (отслеживание потребительских и индустриальных трендов; оценка и прогнозирование бизнес-факторов; отслеживание цифровых следов для формирования цифровой репутации компании; формирование стратегии (в том числе стратегии маркетинга) на инструментальном уровне с учетом требований внешней среды; построение и улучшения бизнес-процессов; планирование, учет, контроль и корректировка всех элементов системы управления; совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в компании; продвижение товаров на азиатские рынки на основе культурных различий; генерация и тестирование идей для создания нового бизнеса; разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в компании; разработка и развитие бизнес-моделей (в том числе финансовых, инвестиционных и пр.) как новых, так и существующих компаний; разработка бизнес-планов компаний, новых направлений деятельности и мероприятий; развитие потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов).

Структура, содержание, направленность, объём и качество сборника ФОС по образовательной программе отвечают предъявляемым требованиям и обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями:

- перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, соответствует федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденному приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 952;

- показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций;

- контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения в рамках образовательной программы разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, и соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

Заключение: сборник ФОС по дисциплине по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, «Управление бизнесом» обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями, позволяет определить соответствие уровня подготовки обучающихся требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 952 и может быть рекомендован к использованию в образовательном процессе.

Рецензент:

Генеральный директор
ООО ПК «КРС»




Ю.А. Леонтьева

РЕЦЕНЗИЯ

на сборник фондов оценочных средств
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,
«Управление бизнесом»

Представленный на рецензию сборник фонд оценочных средств (далее – сборник ФОС) разработан в соответствии с нормативными документами, указанными в образовательной программе. Сборник ФОС предназначен для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представляет собой совокупность разработанных материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами сборника ФОС являются контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений, навыков и компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки.

Сборник ФОС по образовательной программе представлен примерным перечнем оценочных средств и форм их представления, оценочными средствами для текущего контроля успеваемости, оценочными средствами для промежуточной аттестации.

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения, отвечают требованиям ФГОС и призваны помочь студенту квалифицированно применять полученные знания на практике, реализовывать полученные компетенции в профессиональной деятельности, проявлять готовность к выполнению профессиональных задач, связанных с:

- мониторингом внешней среды функционирования компании;
- формированием стратегии с учетом требований внешней среды;
- построением и улучшением бизнес-процессов;
- планированием, учетом, контролем и корректировкой всех элементов системы управления;
- совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в компании;
- продвижением товаров на азиатские рынки на основе культурных различий;
- генерацией и тестированием идей для создания нового бизнеса;
- разработкой, тестированием и внедрением инновационных товаров (услуг);
- созданием нематериальных активов (брендов) и управление ими в компании;
- разработкой и развитием бизнес-моделей;

– разработкой бизнес-планов компаний, новых направлений деятельности и мероприятий;

– развитием потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов.

Структура, содержание, направленность, объём и качество сборника ФОС по образовательной программе отвечают предъявляемым требованиям и обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями:

- перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, соответствует федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденному приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 952;

- показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций;

- контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения в рамках образовательной программы разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, и соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

Заключение:

Сборник ФОС по дисциплине по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, «Управление бизнесом» обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями, позволяет определить соответствие уровня подготовки обучающихся требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 952 и может быть рекомендован к использованию в образовательном процессе.

Рецензент:

Генеральный директор
ООО «Азимут ДВ»



К.Л. Нагорский