

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 13.04.02 Электроэнергетика и электротехника

Наименование образовательной программы: Управление проектами электроэнергетических комплексов

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Инвестиционная и маркетинговая деятельность**

**Москва
2022**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Аграпонова Н.Л.
	Идентификатор	R5cb2904d-DemchenkoNL-737fe09

(подпись)

Н.Л.
Аграпонова
(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Аграпонова Н.Л.
	Идентификатор	R5cb2904d-DemchenkoNL-737fe09

(подпись)

Н.Л.
Аграпонова
(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Темников А.Г.
	Идентификатор	Ra0abb123-TemnikovAG-2d4db00

(подпись)

А.Г. Темников
(расшифровка
подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ИД-2 Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет ее декомпозицию на отдельные задачи

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Маркетинг (Тестирование)
2. Проект (Тестирование)
3. Финансирование (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Управление маркетингом (Контрольная работа)

БРС дисциплины

4 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	6	8	11
Проект как объект финансово-экономической оценки					
Концепция управления маркетингом	+				
Подходы к выбору стратегии предприятия	+				
Теоретические основы оценки экономической эффективности инвестиций	+				
Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений					
Портфельные стратегии			+		
Стратегии роста			+		
Конкурентные стратегии			+		
Финансирование инвестиционных проектов					

Концептуальная схема оценки эффективности			+	
Бюджет инвестиционного проекта			+	
Содержание прогнозных цен			+	
Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне				
Разработка стратегии целевого рынка				+
Управление комплексом маркетинга: товар и цена				+
Стратегическое планирование маркетинга				+
Оперативное планирование маркетинга				+
Вес КМ:	25	25	25	25

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
УК-1	ИД-2 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет ее декомпозицию на отдельные задачи	Знать: основные понятия инвестиционного менеджмента, концепцию управления проектами специфику технико-экономического обоснования инновационных решений методы изучения и прогнозирования спроса потребителей Уметь: принимать решения по выбору эффективных инвестиционных проектов и инвестиционных программ	Проект (Тестирование) Маркетинг (Тестирование) Финансирование (Тестирование) Управление маркетингом (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Проект

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по разделу "Проект как объект финансово-экономической оценки"

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: методы изучения и прогнозирования спроса потребителей</p>	<p>1. Инвестиции в производстве предполагают:</p> <ol style="list-style-type: none">1. вложения на содержание машин и оборудования2. вложения в виде капитальных затрат3. вложения на осуществление основной производственной деятельности <p>Ответ: 2</p> <p>2. Под инвестированием понимается:</p> <ol style="list-style-type: none">1. целенаправленное вложение капитала на определенный срок2. изучение «ниш» экономики для более выгодного вложения капитала3. процесс принятия решений в условиях экономической неопределенности и многовариантности <p>Ответ: 1</p> <p>3. К портфельным иностранным инвестициям относятся:</p> <ol style="list-style-type: none">1. вложения капитала, взятого на определенных условиях в любом иностранном банке2. предложения от иностранных инвесторов в виде портфеля документов, т. е. предполагающие несколько направлений инвестирования3. вложения в иностранные ценные бумаги, цель которого заключается в «игре» на курсах валют с целью получения прибыли <p>Ответ: 3</p> <p>4. Законодательные условия инвестирования представляют собой:</p> <ol style="list-style-type: none">1. условия, определяющие минимальную сумму инвестиций для разных групп инвесторов2. нормативные условия, создающие законодательный фон, на котором осуществляется
---	--

	<p>инвестиционная деятельности</p> <p>3. условия, по которым инвестор может получить дивиденды</p> <p>Ответ: 2</p> <p>5. Основная цель инвестиционного проекта:</p> <p>1. создание взаимовыгодных условий сотрудничества между бизнес-партнерами</p> <p>2. изучение конъюнктуры рынка</p> <p>3. получение максимально возможной прибыли</p> <p>Ответ: 3</p>
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "отлично" выставляется, если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-2. Маркетинг

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по разделу "Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений"

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: основные понятия инвестиционного менеджмента, концепцию управления проектами</p>	<p>1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:</p> <p>1. компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации</p> <p>2. фирм-производителей товаров потребительского назначения</p> <p>3. покупателей, приобретающих товары для личного пользования</p> <p>Ответ: 3</p> <p>2. Ремаркетинг связан с:</p>
--	---

	<p>1. снижающимся спросом</p> <p>2. возрастающим спросом</p> <p>3. чрезмерным спросом</p> <p>Ответ: 1</p> <p>3. Основоположник маркетинга:</p> <p>1. Альфред Ньюман</p> <p>2. Клейтон Кристенсен</p> <p>3. Филип Котлер</p> <p>Ответ: 3</p> <p>4. К каналам личной коммуникации можно отнести:</p> <p>1. общение одного лица с аудиторией</p> <p>2. прямую почтовую рекламу</p> <p>3. рекламу по телевидению</p> <p>4. печатную рекламу</p> <p>Ответ: 1</p> <p>5. Прямой маркетинг - это:</p> <p>1. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем</p> <p>2. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей</p> <p>3. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения</p> <p>4. благожелательное представление товара в СМИ</p> <p>Ответ: 3</p>
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется, если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-3. Финансирование

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по разделу "Финансирование инвестиционных проектов"

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: специфику технико-экономического обоснования инновационных решений</p>	<p>1.Прединвестиционная фаза содержит: 1. этап расчетов технико-экономических показателей будущего проекта 2. этап технико-экономических расчетов показателей будущего проекта и анализ альтернативных вариантов инвестирования 3. маркетинговые исследования по будущему проект Ответ: 2</p> <p>2.Инвестиционный рынок состоит из: 1. рынка реального инвестирования и финансового рынка 2. рынка реального инвестирования и инновационного рынка 3. рынка реального инвестирования, финансового рынка и инновационного рынка Ответ: 3</p> <p>3.Капитальные вложения включают: 1. реальные инвестиции в основной капитал (основные фонды) 2. реальные инвестиции в трудовые ресурсы 3. реальные инвестиции в наукоемкие технологии Ответ: 1</p> <p>4.Показатели коммерческой эффективности учитывают: 1. сроки реализации проекта 2. финансовые последствия реализации проекта при условии, что инвестор воспользовался всеми возможными вариантами 3. последствия реализации инвестиционного проекта для государства Ответ: 2</p> <p>5.Инвестиционный потенциал представляет собой: 1. инвестиционную привлекательность объекта инвестирования 2. максимально возможную прибыль от реализации инвестиционного проекта 3. многовариантность целей вложения в тот или иной проект Ответ: 1</p>
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется, если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-4. Управление маркетингом

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "Письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение раздела "Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне"

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: принимать решения по выбору эффективных инвестиционных проектов и инвестиционных программ	<ol style="list-style-type: none">1. В каких ситуациях возможно использование матриц хозяйственного портфеля?2. Влияние размера предприятия на условия выживания и укрепление конкурентных позиций3. Стратегии малого предприятия в зависимости от особенностей товара, характера рынка и потенциала роста4. Назовите основные стратегии крупных фирм, какие показатели лежат в основе их развития. Найдите конкретные примеры их использования5. Какую стратегию развития вы порекомендуете малому предприятию, обладающему технически очень сложным и признанном на мировом рынке ноу-хау, но очень ограниченному в финансовых ресурсах?6. Какие варианты ответной стратегии может рассмотреть фирма-лидер рынка, если ее конкурент, имеющий очень маленькую долю рынка, проводит политику снижения цен?7. Анализ конкурентных сил выявил потенциальную угрозу со стороны новой фирмы, выходящей на товарный рынок8. Особенности поведения в маркетинговой среде средних предприятий9. Матрица внешних приобретений10. Стратегический и оперативный план управления маркетингом
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

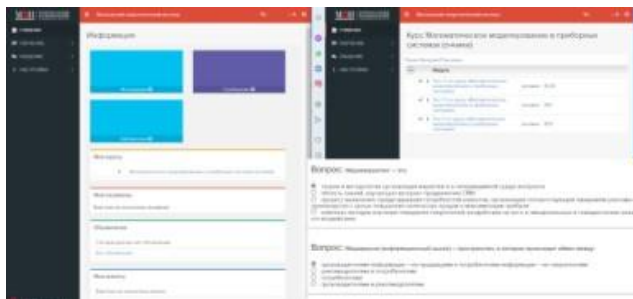
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов: 1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл) 2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2УК-1 Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет ее декомпозицию на отдельные задачи

Вопросы, задания

1. В каких ситуациях возможно использование матриц хозяйственного портфеля?
2. Стратегический и оперативный план управления маркетингом
3. Особенности поведения в маркетинговой среде средних предприятий
4. Анализ конкурентных сил выявил потенциальную угрозу со стороны новой фирмы, выходящей на товарный рынок
5. Какие варианты ответной стратегии может рассмотреть фирма-лидер рынка, если ее конкурент, имеющий очень маленькую долю рынка, проводит политику снижения цен?
6. Какую стратегию развития вы порекомендуете малому предприятию, обладающему технически очень сложным и признанном на мировом рынке ноу-хау, но очень ограниченному в финансовых ресурсах?
7. Назовите основные стратегии крупных фирм, какие показатели лежат в основе их развития. Найдите конкретные примеры их использования
8. Стратегии малого предприятия в зависимости от особенностей товара, характера рынка и потенциала роста
9. Влияние размера предприятия на условия выживания и укрепление конкурентных позиций

10. Матрица внешних приобретений

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Основоположник маркетинга:

Ответы:

1. Альфред Ньюман 2. Клейтон Кристенсен 3. Филип Котлер

Верный ответ: 3

2. Ремаркетинг связан с:

Ответы:

1. снижающимся спросом 2. возрастающим спросом 3. чрезмерным спросом

Верный ответ: 1

3. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

Ответы:

1. компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации 2. фирм-производителей товаров потребительского назначения 3. покупателей, приобретающих товары для личного пользования

Верный ответ: 3

4. Основная цель инвестиционного проекта:

Ответы:

1. создание взаимовыгодных условий сотрудничества между бизнес-партнерами 2. изучение конъюнктуры рынка 3. получение максимально возможной прибыли

Верный ответ: 3

5. Законодательные условия инвестирования представляют собой:

Ответы:

1. условия, определяющие минимальную сумму инвестиций для разных групп инвесторов 2. нормативные условия, создающие законодательный фон, на котором осуществляется инвестиционная деятельность 3. условия, по которым инвестор может получить дивиденды

Верный ответ: 2

6. К портфельным иностранным инвестициям относятся:

Ответы:

1. вложения капитала, взятого на определенных условиях в любом иностранном банке 2. предложения от иностранных инвесторов в виде портфеля документов, т. е. предполагающие несколько направлений инвестирования 3. вложения в иностранные ценные бумаги, цель которого заключается в «игре» на курсах валют с целью получения прибыли

Верный ответ: 3

7. Под инвестированием понимается:

Ответы:

1. целенаправленное вложение капитала на определенный срок 2. изучение «ниш» экономики для более выгодного вложения капитала 3. процесс принятия решений в условиях экономической неопределенности и многовариантности

Верный ответ: 1

8. К каналам личной коммуникации можно отнести:

Ответы:

1. общение одного лица с аудиторией 2. прямую почтовую рекламу 3. рекламу по телевидению 4. печатную рекламу

Верный ответ: 1

9. Прямой маркетинг - это:

Ответы:

1. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем 2. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей 3. продажа товаров с

помощью почты, телефона, телевидения 4. благожелательное представление товара в СМИ

Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о бально-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»