

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

**Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Маркетинг**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Маркетинговые исследования**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вольная С.А.
	Идентификатор	R09d4f34a-VolnayaSA-857582a9

(подпись)

С.А. Вольная

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень,  
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

(подпись)

О.В.

Колесникова

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей  
кафедры

(должность, ученая степень,  
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(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. ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Анализ и представление маркетинговых данных (Контрольная работа)
2. Основные тенденции развития различных рынков и факторы, влияющие на динамику рынка (Контрольная работа)
3. Процесс проведения маркетинговых исследований на различных типах рынков (Контрольная работа)
4. Сущность маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	7	11	14
Основные понятия маркетинговых исследований. Содержание информационного обеспечения маркетинговой деятельности организаций					
Понятие и сущность маркетинговых исследований	+				
Информационное обеспечение маркетинговой деятельности организаций	+				
Маркетинговая информация. Каналы получения маркетинговой информации на различных рынках					
Маркетинговая информация: классификация видов			+		
Источники и поставщики маркетинговой информации на различных рынках			+		
Определение, сущность и предназначение маркетинговых информационных систем (МИС). Реализация маркетинговых исследований					
Маркетинговые информационные системы (МИС)				+	

Процесс проведения маркетинговых исследований			+	
Различные методы проведения маркетинговых исследований. Инструменты обработки, анализа и представления маркетинговых данных. Процесс и технологии проведения маркетинговых исследований в сети Интернет				
Методы проведения маркетинговых исследований				+
Средства обработки, анализа и представления маркетинговых данных				+
Технологии проведения маркетинговых исследований в сети Интернет				+
Вес КМ:	20	30	30	20

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

### БРС курсовой работы/проекта

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	10	13	15
Выбор темы, подбор литературы и согласование с научным руководителем		+			
Анализ материала для написания первой главы			+		
Анализ материала для написания второй главы				+	
Сдача итогового варианта курсовой работы на проверку					+
Вес КМ:	20	30	40	10	

## 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
ПК-5	ПК-5(Компетенция)	<p>Знать:</p> <p>Методы изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка</p> <p>Методы определения целевого клиентского сектора и оптимальной сбытовой стратегии при содействии маркетинговой службы организации</p> <p>Уметь:</p> <p>Прогнозировать спрос с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка</p> <p>Определять целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации</p>	<p>Сущность маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности (Контрольная работа)</p> <p>Основные тенденции развития различных рынков и факторы, влияющие на динамику рынка (Контрольная работа)</p> <p>Процесс проведения маркетинговых исследований на различных типах рынков (Контрольная работа)</p> <p>Анализ и представление маркетинговых данных (Контрольная работа)</p>

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Сущность маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная работа ориентирована на проверку знаний и основных определений

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Методы изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка	1.Маркетинговое исследование - это 2.Функции реализуемые в рамках маркетингового исследования 3.Маркетинговые инновационные системы (МИС) - это
--	---

#### **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 преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*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: 50*

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

### **КМ-2. Основные тенденции развития различных рынков и факторы, влияющие на динамику рынка**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

#### **Краткое содержание задания:**

Задача 1. Предположим, что вы - специалист по маркетингу частного родильного дома. Вам поручено собрать информацию о тенденциях изменения спроса на ваши услуги и

предпочтениях потребителей. Укажите источники вторичных данных и методы получения первичной информации в ходе исследования рынка медицинских услуг в соответствии с выше поставленными целями

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Методы определения целевого клиентского сектора и оптимальной сбытовой стратегии при содействии маркетинговой службы организации	1.Маркетинговая информация - это 2.Основные источники маркетинговой информации для финансовых организаций
---	--

**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 преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*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: 50*

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

**КМ-3. Процесс проведения маркетинговых исследований на различных типах рынков**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Задание 1. Проведите разговор со специалистом, работающим в сфере маркетинговых исследований на каком-либо предприятии города. Каково его мнение относительно возможностей карьерного роста в этой сфере. Напишите отчет об этом интервью, сделав выводы

Задание 2. Посетите следующие сайты компаний, которые предоставляют услуги в области маркетинговых исследований, например:

[www.ecro.ru](http://www.ecro.ru)

[www.mosinf.ru](http://www.mosinf.ru)

[rekloming.narod.ru](http://rekloming.narod.ru)

[inforos.ru](http://inforos.ru)

[marketimg.spb.ru](http://marketimg.spb.ru)

[russianmarket.ru](http://russianmarket.ru)

[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Напишите отчёт о о различных услугах в области маркетинговых исследований, предлагаемых компаниями. Различаются ли методы сбора информации, используемые рассматриваемыми вами компаниями. По каким признакам можно классифицировать оказываемые услуги

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: Определять целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации</p>	<p>1.Выявлять проблемы и формулировать цели маркетингового исследования 2.Разрабатывать инструментарий исследований 3.Составлять календарный план маркетингового исследования</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 преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*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: 50*

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

**КМ-4. Анализ и представление маркетинговых данных**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

1. Задание 1. Распределить этапы сбора информации методом наблюдения в правильной последовательности
2. 1) выбор формы наблюдения
3. 2) подбор и инструктаж наблюдателей
4. 3) определение цели, задач, объекта и предмета наблюдения
5. 4) организация наблюдения в полевых условиях, контроль наблюдения
6. 5) разработка формы бланка наблюдения
7. 6) подготовка инструкции для исполнителей
8. 7) выбор места и времени наблюдения, обеспечение доступа к среде наблюдения
9. 8) разработка процедуры наблюдения (системы понятий, которая включает единицы и рамки наблюдения)
10. 9) подготовка технических документов и оборудования
11. 10) коммуникации с целью сбора маркетинговой информации

12. 11) подготовка отчёта

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: Прогнозировать спрос с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка	1.Проводить анализ маркетинговой информации 2.Распределять источники информации по кластерам 3.Применять технологию “mystery shopping” на практике
--	--

**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 преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*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: 50*

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

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

<b>НИУ «МЭИ»</b>	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1</b> Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	<i>Утверждаю</i> <i>Зав. кафедрой</i>  «    »    2021 г.
		Дисциплина «Маркетинговые исследования» <b>Инженерно - экономический институт</b>
1. Понятие маркетинговых информационных систем (МИС) как основы информационного обеспечения маркетинговой деятельности современных организаций 2. Ресурсное обеспечение процесса маркетингового исследования 3. Практическое задание		

## Процедура проведения

Ответить на теоретические вопросы. Студент отвечает письменно 60 минут

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

#### **1. Компетенция/Индикатор: ПК-5(Компетенция)**

#### **Вопросы, задания**

1. Понятие CRM-систем (систем управления взаимоотношениями с клиентами)
2. Классификация типов маркетинговых исследований
3. Основные направления маркетинговых исследований
4. Анализ STER(PEST)
5. Основные составляющие маркетинговой деятельности, отражающие сущность современного маркетинга и темпы информатизации рыночных процессов
6. Источники маркетинговой информации в сети Интернет
7. Понятие маркетинговой информации
8. Понятие корпоративных информационных систем (КИС)
9. Структура маркетинговой информационной системы на основе комплекса маркетинга
10. Методы проведения маркетинговых исследований: опрос, наблюдение, эксперимент
11. Сущность маркетинговых исследований, этапы их развития

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Выявление мнений и определение действий опрашиваемых путем личного диалога с респондентом называется

Ответы:

- а) фокус-группой
- б) опросом

в) наблюдением

Верный ответ: б) опросом

2.К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статической литературы

Ответы:

а) кабинетные исследования

б) полевые исследования

в) не относится к исследованиям

Верный ответ: а) кабинетные исследования

3.Охват большой географической площади позволяет осуществить

Ответы:

а) почтовый опрос

б) телефонный опрос

в) интернет-опрос

Верный ответ: в) интернет-опрос

4.Цель маркетингового исследования заключается в

Ответы:

а) создании информационно-аналитической базы для принятия маркетинговых решений

б) снижении уровня неопределенности, связанного с принятием управленческих решений

в) все ответы верны

Верный ответ: а) создании информационно-аналитической базы для принятия маркетинговых решений

5.К принципам маркетингового исследования НЕ относятся

Ответы:

а) научность

б) системность

в) комплексность

г) достоверность

д) все ответы неверны

Верный ответ: д) все ответы неверны

6.Полевые методы - это

Ответы:

а) методы сбора причинной информации, заключающиеся в выделении групп сходных между собой людей, которым в условиях влияния сходных или разных факторов дают разные или сходные задания с последующей проверкой различий в реакциях групп

б) получение и обработка первичной информации, полученной непосредственно в ходе проведения исследований

в) аналитические методы, с помощью которых изучают и фиксируют настоящее поведение потребителей и результаты их прошлого поведения в сходных ситуациях

Верный ответ: б) получение и обработка первичной информации, полученной непосредственно в ходе проведения исследований

7.Закрытые вопросы включают

Ответы:

а) источники информации

б) возможные варианты ответов

Верный ответ: б) возможные варианты ответов

8.Эксперимент - это

Ответы:

а) аналитические методы, с помощью которых изучают и фиксируют настоящее поведение потребителей и результаты их прошлого поведения в сходных ситуациях

- б) методы сбора причинной информации, заключающиеся в выделении групп сходных между собой людей, которым в условиях влияния сходных или разных факторов дают разные или сходные задания с последующей проверкой различий в реакциях групп
- в) получение и обработка первичной информации, полученной непосредственно в ходе проведения исследований

Верный ответ: б) методы сбора причинной информации, заключающиеся в выделении групп сходных между собой людей, которым в условиях влияния сходных или разных факторов дают разные или сходные задания с последующей проверкой различий в реакциях групп

9. Основная цель маркетинговых исследований - это

Ответы:

- а) информационно-аналитическое обеспечение маркетинга
- б) выяснение потребительских предпочтений
- в) изучение положения предприятия на рынке

Верный ответ: в) изучение положения предприятия на рынке

10. Открытые вопросы анкеты включают

Ответы:

- а) завершение предложения
- б) шкалу с постоянной суммой
- в) семантический дифференциал

Верный ответ: а) завершение предложения

11. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения

Ответы:

- а) лабораторную
- б) кабинетную
- в) полевую

Верный ответ: в) полевую

## **II. Описание шкалы оценивания**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений, с мелкими погрешностями*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня*

## **III. Правила выставления итоговой оценки по курсу**

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей

**Для курсового проекта/работы:**

**8 семестр**

**Форма проведения: Защита КП/КР**

### ***I. Процедура защиты КП/КР***

Завершающим этапом выполнения студентом курсовой работы является ее защита. Студент обязан явиться на защиту курсовой работы в назначенное руководителем время. Результат защиты курсовой работы студента оценивается по балльно-рейтинговой и пятибалльной системам. Студент, не выполнивший в срок курсовую работу или получивший неудовлетворительную оценку на защите, не допускается к сдаче экзамена по соответствующей дисциплине. Студент, не защитивший курсовую работу в установленный срок, должен подготовить и защитить курсовую работу в период ликвидации академической задолженности

### ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, содержит элементы научной новизны, при написании и защите работы студентом продемонстрированы глубокие теоретические знания и наличие практических навыков, работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к ее содержанию и оформлению, на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными работе

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 75*

*Описание характеристики выполнения знания:* Тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы, при написании и защите работы студентом продемонстрировано наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков, работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных ее положений, были неполные ответы на вопросы

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 65*

*Описание характеристики выполнения знания:* Тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы, при написании и защите работы студентом продемонстрировано отсутствие глубоких теоретических знаний и устойчивых практических навыков, работа своевременно представлена на кафедру, однако не в полном объеме по содержанию и/или оформлению соответствует предъявляемым требованиям, в процессе защиты студент недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы

### ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей