Фонд оценочных средств

по производственной технологической (проектно-технологической) практике 3

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

по направлению подготовки 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
Образовательная программа «Управление маркетингом»

Квалификация
бакалавр

Год набора 2026

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент, образовательная программа «Управление маркетингом».

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании Международной бизнес-школы Социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

Протокол № 1 от "03" сентября 2026 г.

Руководитель подразделения:
д.э.н., профессор Кочербаева Айнура Анатольевна 

Руководитель образовательной программы
«Управление маркетингом»
к.э.н., доцент Островская Е.С. 

Исполнители:

Доцент Международной бизнес-школы  Островская Е.С.

Доцент Международной бизнес-школы  Романович О.Г.

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины/практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения подисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Знать:	
- методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа.	
Уметь:	
- применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач.	
Владеть:	
- методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач.	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
Знать:	
- виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; - основные методы оценки разных способов решения задач; - действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.	
Уметь:	
- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; - анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.	
Владеть:	
- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; -навыками работы с нормативно-правовой документацией.	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
Знать:	
- основные приемы и нормы социального взаимодействия; - основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.	
Уметь:	
- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	
Владеть:	
- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
Знать:	
- принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; - правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.	
Уметь:	
- применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на кыргызском, русском и иностранном языках.	
Владеть:	

- навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; - навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на кыргызском, русском и иностранном языках; - методикой составления суждения в межличностном деловом общении на кыргызском, русском и иностранном языках.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать:
- закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.
Уметь:
- понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
Владеть:
- простейшими методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах; - навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знать:
- основные приемы эффективного управления собственным временем; -основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.
Уметь:
- эффективно планировать и контролировать собственное время; -использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения.
Владеть:
- методами управления собственным временем; - технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков;
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать:
- виды физических упражнений; -роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; - научно-практические основы физической культуры, профилактики вредных привычек и здорового
Уметь:
- применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья и психофизической подготовки; -использовать средства и методы
Владеть:
- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Знать:
- классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; - причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; - принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации.
Уметь:
- поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; - выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; - оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;
Владеть:
- методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; - навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
Знать:

Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру; особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах.
Уметь:
Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
Владеть:
Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знать:
базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
Уметь:
применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
Владеть:
навыками использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом) и контроля собственных экономических финансовых рисков
УК-11: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
Знать:
Знает понятие и виды противоправного поведения, причины возникновения противоправного поведения, понятие профессионального правосознания, основные нормативно-правовые акты и международные конвенции в сфере противодействия противоправному поведению, государственные органы, занимающиеся противодействием противоправному поведению, основы применения цифровых технологий в целях противодействия противоправному поведению
Уметь:
Умеет определять факторы, приводящие к противоправному поведению, применять нормативно-правовые акты и международные конвенции в сфере противодействия противоправному поведению
Владеть:
Владеет навыками формирования профессионального правосознания, реализации норм материального и процессуального права в сфере противодействия противоправному поведению с применением цифровых технологий
ПК-1: Способен применять современные технологии и методы общего и функционального менеджмента для решения организационно-управленческих задач
Знать:
- современные технологии и методы общего и функционального менеджмента (управления персоналом, качеством, финансами, маркетингом); - основы аналитического и креативного мышления как средства решения организационно-управленческих задач;
Уметь:
- использовать принципы и инструментарий аналитического и креативного мышления для построения эффективных технологий функционального менеджмента организации;
Владеть:
- методами и инструментами функционального менеджмента для решения организационно- управленческих задач в сфере управления персоналом, качеством, финансами, маркетинговой деятельностью организации;

ПК-2: Способен разрабатывать мероприятия по эффективному использованию и совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках	
Знать:	
Уровень 1	- особенности ведения маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках; - основные инструменты комплекса маркетинга; - основные показатели эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:	
Уровень 1	-эффективно разрабатывать и применять инструменты комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, -анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать маркетинговую деятельность организации на локальных, международных и цифровых рынках,
Владеть:	
Уровень 1	-навыками формирования предложений по совершенствованию товарной политики и управления брендами организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию ценовой политики организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию продаж и дистрибуции организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций организации на локальных, международных и цифровых рынках.

ПК-3: Способен разрабатывать бизнес-планы и программы организационного развития в конкурентных условиях с учетом рыночных возможностей, рисков и прогрессивных инноваций	
Знать:	
Уровень 1	-базовые принципы и подходы к планированию деятельности организации в конкурентных условиях; -сущность стратегического, предпринимательского и инновационного аспектов организационного развития
Уметь:	
Уровень 1	-осуществлять поиск и оценку рыночных возможностей и прогрессивных инноваций, анализ и оценку рисков для формирования стратегий и планов развития организации; -использовать качественный и количественный инструментарий для обоснования планов, программ и проектов организационного развития
Владеть:	
Уровень 1	-навыками разработки и обоснования бизнес-планов, стратегий и программ организационного развития и инновационных проектов

ПК-4: Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их экономической эффективности, социальной значимости, оценивать их последствия в условиях сложной и динамической среды	
Знать:	
Уровень 1	-основные подходы к разработке организационно-управленческих решений в сложной и изменяющейся среде, методы обоснования решений с точки зрения критериев экономической и социальной эффективности и принципов устойчивого развития
Уметь:	
Уровень 1	-оценивать экономические и социальные эффекты и последствия организационно-управленческих решений, в том числе с точки зрения их соответствия принципам устойчивого развития
Владеть:	
Уровень 1	-методами и инструментами разработки, обоснования и реализации организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды

ПК-5: Способен проводить маркетинговые исследования, в том числе с использованием цифровых технологий, на локальных и международных рынках	
Знать:	
Уровень 1	-основные требования к проведению маркетинговых исследований, - методы и основные технологии проведения маркетингового исследования, -типы и виды маркетинговых исследований, - основные маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
Уметь:	
Уровень 1	- определять подходящие маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, и применять их для проведения маркетинговых исследований, - подготавливать комплексный план проведения маркетинговых исследований, -составлять точное ТЗ для проведения маркетинговых исследований, -составлять отчеты по результатам маркетинговых исследований и делать обоснованные выводы и рекомендации;
Владеть:	
Уровень 1	-навыками подготовки и планирования процесса проведения маркетинговых исследований, -навыками разработки ТЗ для проведения маркетинговых исследований, -навыками анализа и интерпретации маркетинговой информации для принятия сбалансированных управленческих решений, -методами проведения маркетинговых исследований.

ПК-6: Способен формировать и анализировать базы данных маркетинговой деятельности организации на локальных и международных рынках	
Знать:	
Уровень 1	- основные показатели конъюнктуры локальных и международных рынков, -специализированные программы обработки информации о рынке;
Уметь:	
Уровень 1	-систематизировать и обобщать большие объемы информации о рынке, -работать со специализированными программами для сбора и обработки информации о рынках, -осуществлять сбор, хранение, обработку, анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию и использовать полученные сведения для принятия маркетинговых решений;
Владеть:	
Уровень 1	-навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации с целью создания и обновления базы данных организации по требуемым показателям, -навыками анализа, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	Принципы управления маркетинговой деятельностью предприятия; принципы организации работы отдела (департамента) маркетинга на предприятии; количественные и качественные методы анализа уровня удовлетворенности потребителей; принципы формирования и анализа баз данных показателей маркетинговой деятельности предприятия; механизмы сбора, анализа и оценки необходимой маркетинговой информации.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	получать необходимую информацию для выполнения задания на практику; анализировать управление деятельностью предприятия и принимать обоснованные управленческие решения по повышению ее эффективности; принимать участие в организации работы отделов предприятия; анализировать функции управления на предприятии; готовить и презентовать отчеты по результатам информационно-аналитической деятельности, принимать активное участие в формировании и анализе баз данных показателей оценки деятельности предприятия; принимать активное участие в сборе, анализе и оценке необходимой информации; составлять отчеты по реализации бизнес-процессов; принимать активное участие в разработке плана внедрения рекомендаций по оптимизации бизнес-процессов в деятельности организации.
3.3	**Владеть:**
3.3.1	навыками разработки и реализации комплекса управленческих мероприятий на базе конкретного предприятия; Навыками анализа, разработки и обоснования функциональных управленческих стратегий на базе конкретного предприятия; Навыками решения типичных стратегических задач на базе конкретного предприятия;
3.3.2	методами сбора, обработки и анализа информации и формирования информационного обеспечения на базе конкретного предприятия; навыками разработки, реализации и контроля стратегических проектов, направленных на развитие организации; навыками анализа (диагностики) существующих в подразделении бизнес-процессов и методами реорганизации на базе конкретного предприятия; навыками решения типичных управленческих задач на базе конкретного предприятия.

Раздел 2. Технологическая карта практики

Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 3

Курс -3, семестр -6, Количество ЗЕ -10, Отчетность – зачет с оценкой

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	зачетный минимум	зачетный максимум	график контроля
		Модуль 1			
Модуль 1 Анализ внешней среды и рыночных тенденций	Текущий контроль	АР: Общая характеристика технологической и организационной деятельности предприятия	7	15	35
	Рубежный контроль	Соответствие отчета требованиям написания и оформления	8	15	
Модуль 2 Анализ деятельности компании		Модуль 2			
	Текущий контроль	ПИР: Разработка проектных решений по совершенствованию бизнес-процессов	8	15	40
	Рубежный контроль	Написание отчета	17	25	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (зачет с оценкой)		Защита отчета	20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

Модуль	логически завершенная часть дисциплины
Текущий контроль	самостоятельная работа обучающегося, посещаемость и активность на занятиях
Рубежный контроль	проверка полноты знаний и умений по материалу модуля в целом
Промежуточный контроль	завершенная задокументированная часть учебной дисциплины – совокупность тесно связанных между собой модулей дисциплины.

Раздел 3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике по получению умений и опыта профессиональной деятельности (оценочные средства)

Блок А – задания репродуктивного уровня

А.1 Выполнение оргзадач в установленные сроки. Выбор предприятия, работающего на рынке КР и подписание договора о преддипломной практике с работодателем в установленные сроки. Подготовка и сдача заданий практики в установленные сроки.

А.2 Консультации руководителя. Получение заданий и рекомендаций от руководителя предприятия и института

Блок В – задания реконструктивного уровня

В.1. Оформление отчета.

Блок С – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня

С.1. Аналитическая работа «Общая характеристика технологической и организационной деятельности предприятия»

С.2. Поисково-исследовательская работа «Разработка проектных решений по совершенствованию маркетинговых исследований»

Блок D

Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

- *Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:*

1. Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований.
2. Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина.
3. Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика.
4. Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования.
5. Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований.
6. Принципы маркетинговых исследований.
7. Понятие и признаки маркетинговой информации.
8. Свойства маркетинговой информации.
9. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
10. Источники и методы сбора маркетинговой информации.
11. Первичные источники информации.
12. Вторичные источники информации.
13. Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях
14. Раскройте этап определения проблемы и целей исследования.
15. Содержание и методы проведения отдельных видов исследований по направлениям исследований.
16. Разведочные исследования.
17. Описательные исследования.
18. Казуальные исследования.
19. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.
20. Методы анализа документов (традиционный и формализованный).
21. Общая характеристика методов сбора данных (количественные и качественные).
22. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
23. Метод фокус-группы, его достоинства и недостатки.
24. Глубинное интервью и анализ протокола.
25. Проекционные методы.
26. Методы опроса, их достоинства и недостатки.
27. Панельный метод обследования.

28. Методы получения данных от респондентов.
29. Разработка форм сбора данных.
30. Измерения в маркетинговых исследованиях (характеристики шкал: описание, порядок, расстояние, начальная точка).

- *Вопросы для проверки уровня обученности «УМЕТЬ»:*

1. Классифицировать признаки и виды маркетинговой информации.
2. Охарактеризовать формы маркетингового исследования (разведочные, описательные и казуальные).
3. Охарактеризовать методы сбора данных.
4. Различить уровни измерения, определяющие тип шкалы измерений (наименований, порядка, интервальный, отношений).
5. Составление анкет на одном из конкретных примеров.
6. Провести маркетинговое исследование методом наблюдения.
7. Провести маркетинговое наблюдение методом анкетирования.
8. Определить объем и метод выборки.
9. Подготовить заключительный отчет маркетингового исследования
10. Уровни измерения, определяющие тип шкалы измерений (наименований, порядка, интервальный, отношений).
11. Перечислите методы измерений и дайте им краткую характеристику.
12. Составление анкет на одном из конкретных примеров.
13. Этапы разработки выборочного плана.
14. Определение объема выборки.
15. Правила построения таблиц, графического и текстового представления материала.
16. Понятие отношения в маркетинге. Роль и методы измерения отношения.
17. Метод измерения отношения Турстоуна: сущность, особенности, порядок измерения, получаемые результаты.
18. Метод измерения отношения Ликерта: сущность, особенности, порядок измерения, получаемые результаты.
19. Атрибутные и безатрибутные карты восприятия. Многомерное шкалирование: сущность, особенности, область применения, порядок проведения, результаты и их использование.
20. Метод объединенных измерений (совместный анализ). Базовые атрибуты и их выбор. Подготовка и проведение измерений, обработка данных, интерпретация результатов.
21. Шкалы рейтинга: сущность, области применения, особенности, надежность. Использование семантической дифференциальной шкалы и непарной шкалы для измерения отношения.
22. Q и R методологии измерения отношения, их сущность, особенности и области применения.
23. Особенности измерений психологических атрибутов. Концептуальные и операционные определения атрибутов.
24. Валидность, надежность, эквивалентность и стабильность измерений в маркетинговых исследованиях. Виды валидности. Обеспечение валидности результатов описательных исследований.
25. Последовательность проверки разработанного инструмента исследований для маркетинговых исследований.
26. Цели, методы, особенности, использование результатов исследований внешних факторов.
27. Цели, методы, особенности, использование результатов исследований потребительского рынка.
28. Цели, методы, особенности, использование результатов исследований рынка товаров производственно-технического назначения.
29. Цели, методы, особенности, использование результатов исследований потребителей.
30. Цели, методы, особенности, использование результатов исследований цен.

- *Задания для проверки уровня обученности «ВЛАДЕТЬ»:*

Провести оформить маркетинговое исследования по следующим тематикам:

1. Новый товар(услуга) для рынка КР.
2. Поведение потребителей в социальных сетях.
3. Маркетинг и социальные сети.
4. Маркетинг чувств и эмоций...или по-английски звучит как sensitive-marketing.

5. Инновационные технологии в маркетинге.
6. Новые методы коммуникаций в образовательных услугах.
7. Нейромаркетинг.
8. Коммуникативные технологии маркетинга.
9. Сарафанное радио как инструмент маркетинга.
10. Нестандартные маркетинговые коммуникации.
11. Самомаркетинг на рынке труда.
12. Новые технологии маркетинга и рекламы.
13. Антиглобалистический маркетинг - или "люди против брендов"....
14. Потребляю, следовательно существую - анализ причин и методов влияния на потребителя.
15. Будущее маркетинга в 21 веке.
16. Почему не проводят маркетинговые исследования предприятия малого бизнеса.
17. Маркетолог - как профессия, цели и миссия в компании.
18. Директор по маркетингу - почему есть такая должность и ее обоснование.
19. Современные тенденции в маркетинге.
20. Как моделировать импульсивные покупки.
21. Интернет-маркетинг - новые технологии.
22. Организация искусственного ажиотажа в магазине.
23. Минимизация расходов на контакт с потребителем, т.е. как при бюджете 1000 рублей охватить максимум контактов с брендом
24. Продвижение брендов за рубежом. Не стандартные подходы.
25. Глобальные проблемы человечества и использование маркетинга.

.**Рекомендуемая литература**		
Основная литература		
Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп.	М.: Юрайт, 2024. – 304 с.
Беляева Ж.С., Лопаткова Я.А., Стародубец Н.В.	Управление устойчивым развитием и ESG-трансформацией: учеб. пособие	Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2025
Дорофеева Л.И.	Менеджмент: учебник / Л. И. Дорофеева. – 2-е изд.	М.: Ай Пи Ар Медиа, 2024. – 514 с.
Эриашвили Н. Д.	Основы менеджмента: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям.	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 271 с
Анопченко Т.Ю.	Деловые коммуникации: учебное пособие	М.: Кнорус 2023. – 232.
Жильцова О.М.	Маркетинговые исследования	М.: Юрайт, 2025. – 307 с.
Дополнительная литература		
Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Березин И.Н.	Маркетинговый анализ.	М.: Эксмо, 2022. – 283 с.
Голубков Е.П.	Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник.	М.: Юрайт, 2022. – 474 с.
Методические разработки		
Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др	Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие	КРСУ 2014
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
Образовательные ресурсы интернета-менеджмент		http://www.alleng.ru/edu/manag3.htm
Электронно-библиотечная система		Iprbookshop.ru

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оцени-вания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характе-ризующих этапы формирования компетенций

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1. Поисково-исследовательская работа

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
аргументированные оценки реферируемых положений, а также субъективные выводы, положения и оценки автора-исследователя	**25**	отсутствие аргументов в обосновании оценки реферируемых положений	аргументированность оценки изучаемых областей только частично обосновывает причины явлений	в отчете продемонстрированы частичные выводы оценки реферируемых положений	подведение итогов исследования составлено на основе аргументированной оценки исследования	
использование развернутых доказательств, сравнений, рассуждений по исследуемому вопросу	25	в отчете отсутствуют доказательства по исследуемому вопросу	частичное использование доказательств и фактов в аргументации оценок	доказательства и сравнения не в полной мере отражают выводы	сравнительный анализ обоснован развернутыми доказательствами и выводами	
определение нового, существенного по интересующей проблеме в уже проведенных исследованиях	15	новизна исследования в отчете отсутствует	существенно новых положений в исследовании студента не выявлено	в определении новых положений не в полной мере отражены выводы	продемонстрированы новизна и существенные доводы	
определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли в данной области	20	отсутствие перспектив развития исследовательской мысли	определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли не в полной мере отражает цели роста предметной области	перспективы развития исследовательской мысли только частично отражают современные тенденции роста в данной области	в отчете четко отслеживается развитие дальнейших перспектив исследовательской мысли в данной области	
соответствие отчета ПИР форматным требованиям оформления	15	не соблюдены правила оформления ПИР	частично выдержаны требования по оформлению ПИР	выдержаны требования по шрифту, интервалам, абзацному отступу, расстановке переносов	соблюдены все правила оформления ПИР	
Итоговая оценка (в %)						

2. Аналитическая работа

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично рас- крытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
Соответствие определенной логической последовательности (алгоритму) решения контрольной работы	25	Тема не раскрыта. Задачи не решены	Содержание ра- боты раскрыто не полностью. Задачи не реше- ны до конца, но есть четкий алгоритм решения.	Содержание ра- боты раскрыто. Не все выводы обоснованы.	Работа завершена полностью. Сделаны подробные выводы.	
Умение оперировать понятиями, правилами и утверждениями, формулами	25	Знания из области изучаемой учебной дисциплины не использованы	Слабое использовнаие знаний из области изучаемой учебной дисциплины	Обоснованная аргументация выдвигаемых положений . Использование теоретического материала	Высокий уровень аналитико-исследовательских навыков студента	
Исчерпывающие конкретные ответы на поставленные в контрольной работе вопросы	25	Работа выполнена не последовательно и не обоснованно	Представленный в работе ответ не систематизирован и не последовательн. Неполная обоснованность выводов	Представленный в работе анализ достаточно систематизирован и последователен.	Установлена четкая взаимосвязь и последовательность в выполнении задания. Все выводы обоснованы	
Усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сфор- мированность и устойчивость исполь- зуемых при ответе умений и навыков	25	Нет понимания сути задания	Слабое представление о сути задания	Сформированное и содержательное выполнение задания, но без выраженной собственной позиции	Четкое представление и содержательное выполнение задания с выра- женной соб- ственной пози- цией	
Итоговая оценка (в %)						

- ***Промежуточная аттестация (зачет с оценкой):*** **Отчет. Дневник**.

Для прохождения промежуточной аттестации студенты представляют отчет, дневник и отзывы от предприятия и руководителя.

Уровень освоения компетенции	Вес, %	Баллы[1]
енка уровня обученности «знать»	28	8
енка уровня обученности «уметь»	36	11
енка уровня обученности «владеть»	36	11
Итого	**100**	**30**

При оценке **устных ответов** на проверку уровня обученности **ЗНАТЬ** учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (6,8-8 баллов) оценивается ответ, который показывает прочные знания по основным тезисам вопроса, студент профессионально рассуждает о характере воздействия субъектов и объектов, методах и способах их регулирования; глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5,6-6,7 баллов) оценивается ответ, который показывает хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент не очень хорошо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не очень глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (4,8-5,5 баллов) оценивается ответ, который показывает недостаточно хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент плохо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; плохо знает теоретические основы дисциплины.

Минимальный ответ - 0-59% (0-4,7 баллов) оценивается ответ, который показывает очень слабые знания по основным тезисам вопроса, студент не разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не знает теоретических основ дисциплины.

При оценке ответов на проверку уровня обученности **УМЕТЬ** и **ВЛАДЕТЬ** учитываются следующие критерии (ситуационные задачи и задания):

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (9-11 баллов) оценивается ответ, при котором студент объясняет и аргументирует постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, оценивает риск их реализации; быстро принимает решения по целесообразным действиям в ситуации, распознает угрозы и возможности; умеет использовать различные методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задачи и задания выполнены.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5-9 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; но не приводит альтернативные решения проблемы; умеет идентифицировать основные факторы, процессы и этапы работ, но не оценивает риск их реализации; распознает угрозы и возможности; достаточно хорошо умеет использовать некоторые методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (1-4 балла) оценивается ответ, при котором студент не точно ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; слабо идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, и не оценивает риск их реализации; плохо распознает угрозы и возможности; не умеет использовать методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Минимальный ответ - 0-59% (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки решить задачу.

[1] количество баллов рассчитано по процентным уровням, принятым по балльно-рейтинговой шкале оценки знаний в КРСУ, при условии, что оценка за экзамен (зачет) в рейтинге по дисциплине равна 30 баллам

Раздел 5. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины / практики и выполнению контрольных заданий

Для выполнения контрольных мероприятий настоятельно рекомендуется использовать: Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие. Авторы: Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др.– Б.: КРСУ, 2014.

В соответствии с графиком учебного процесса производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 3 студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент» проводится на 4 курсе в течение 7 семестра (рассредоточенная практика). Практика предполагает посещение студентами предприятий для ознакомления с вопросами согласно программе практики, сбора и анализа необходимой информации.

В течение 5 и 6 семестров студенты уже были ознакомлены с деятельностью 3-5 предприятий Кыргызской Республики, при этом основной акцент делался на производственную деятельность предприятий, так как в 5 семестре учебным планом направления «Менеджмент» предусмотрена дисциплина «Маркетинговые коммуникации».

В течение 6-го семестра студенты продолжали работать с этими предприятиями, либо привлекались новые работодатели; при этом акцент был перенесен на углубленный анализ деятельности предприятия. В задачи данного блока входило также получение умений и опыта профессиональной деятельности (в рассредоточенной форме), в сборе, систематизации и анализе информации.

В течение 7-го семестра студенты продолжают работать с этими предприятиями, либо привлекаются новые работодатели, при этом акцент уже переносится на маркетинговые исследования предприятия по дальнейшему развитию организации и предприятия в целом.

В задачи данного блока входит также получение умений и опыта профессиональной деятельности (в рассредоточенной форме), в сборе, систематизации и анализе информации, необходимой для написания курсовой работы по дисциплине «Исследования и анализ в маркетинге».

За прохождение производственной технологической (проектно-технологической) практики 3 выставляется дифференцированный зачет (зачет с оценкой).

Начало и окончание данной практики фиксируется подписью и печатью ответственного лица от университета в Дневнике. По окончании практики студент составляет и защищает отчет.

Перед направлением на практику руководители практики проводят со студентами собрание - инструктаж для разъяснения основных положений программы учебной практики.

Непосредственное руководство производственной технологической (проектно-технологической) практикой 3 осуществляют преподаватели, ответственные за данный вид практики согласно учебной нагрузке.

Задачи руководителей практики заключаются в консультировании студентов по теоретическим вопросам, обучении работе с литературой, подготовке их к проведению исследований и анализу его результатов и формулировке выводов. Кроме этого, руководители практики оценивают работу студента при защите отчета.

Важной формой практики является самостоятельная работа студента, которая предполагает:

- формирование и закрепление навыков исследовательской работы, необходимых для успешного выполнения курсовых работ в соответствии с учебным планом: навыков сбора, обработки и анализа информации по теме (заданию); составления отчетов по выполненной работе, теме, заданию; выступления с устными сообщениями и защиты отчета;
- самостоятельное изучение студентом учебной литературы, для получения развернутого и систематизированного представления о менеджменте в целом и его конкретному направлению, соответствующему теме курсовой работы.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета и выполнения заданий, предусмотренных данной Практикой.

По итогам практики студентом составляется и защищается отчет, который должен охватывать описание всего состава работ. Отчет о прохождении практики должен быть кратким, но содержательным и включать достаточное количество схем, графиков, таблиц, форм и инструкций, фотографий и т.д.

Отчет о прохождении производственной технологической (проектно-технологической) практики 3 должен содержать:

- титульный лист;
- лист «Содержание»;
- выполнение студентом заданий по двум модулям (согласно Оценочному листу);
- выводы и предложения студента по практике;
- заключение.

Оформленный соответствующим образом Отчет с оценочным листом и Дневником в установленные сроки сдается на проверку руководителю практики. После проверки и исправления замечаний Отчет допускается к защите.

Студент защищает Отчет на комиссии, в которую входят руководители практики.

Студент должен уметь ответить на вопросы по сути изложенного в отчете материала и прокомментировать любую его часть

Методические указания к выполнению заданий контроля.

1. Аналитическая работа «Общая характеристика технологической и организационной деятельности предприятия» (согласно оценочному листу):

В данной работе необходимо раскрыть следующие вопросы:

- история предприятия;
- основной профиль деятельности;
- выпускаемая продукция, услуги;
- результаты хозяйственной деятельности;
- перспективы дальнейшего развития предприятия;
- предполагаемые к реализации на предприятии проекты дальнейшего развития;
- реализуемые на предприятии проекты развития, модернизации, реорганизации;

2. Поисково-исследовательская работа «Разработка проектных решений по совершенствованию маркетинговых исследований» (согласно оценочному листу):

В данной работе необходимо представить материалы исследования по следующим аспектам:

- обоснование существующих бизнес-процессов на предприятии;
- выработка эффективных вариантов бизнес-процессов для конкретного предприятия;
- расчеты по выбранным методикам оценки и анализа бизнес-процессов на предприятии;
- выводы и предложения.
- сбор и обработка фактических и статистических материалов, необходимых для написания курсовой работы по дисциплине «Исследования и анализ в маркетинге» по выбранной студентом теме.

При выполнении аналитического задания и ПИР необходимо определить достоинства и недостатки проводимой предприятием политики в деятельности, оценить степень ее соответствия специфике и особенностям функционирования предприятия, после чего сформулировать выводы и при необходимости определить направления улучшения этой политики.

При этом требуется учитывать факторы, влияющие на объект оценки, и использовать только проверенные данные.