

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Б1.В.ДВ.10.01 – Сельскохозяйственные рынки

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки Экономика предприятий (организаций)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Знать:

Этап 1: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;

Этап 2: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом.

Уметь:

Этап 1: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.

Этап 2: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.

Владеть:

Этап 1: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.

Этап 2: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.

ПК-11 - способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

Знать:

Этап 1: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом.

Этап 2: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;

Уметь:

Этап 1: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.

Этап 2: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.

Владеть:

Этап 1: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.

Этап 2: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 1 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
ПК-7	способен, используя отечественные и за-	знать: подготовка информационных обзоров, аналитических от-	устный опрос, письменный опрос,

	рубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	четов; уметь: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов владеть: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.	контрольная работа, компьютерное тестирование
ПК-11	способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Знать: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом. Уметь: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений. Владеть: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.	устный опрос, письменный опрос, контрольная работа, компьютерное тестирование

Таблица 2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 2 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
ПК-7	способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	Знать: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом. Уметь: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений. Владеть: участия в разработке	устный опрос, письменный опрос, контрольная работа, компьютерное тестирование

		проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.	
ПК-11	способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	<p>Знать: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов.</p> <p>Уметь: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.</p> <p>Владеть: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.</p>	устный опрос, письменный опрос, контрольная работа, компьютерное тестирование

3. Шкала оценивания.

Университет использует систему оценок соответствующего государственным регламентам в сфере образования и позволяющую обеспечивать интеграцию в международное образовательное пространство. Система оценок и описание систем оценок представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3. - Система оценок

Диапазон оценок, в баллах	Экзамен		Зачет
	европейская шкала (ECTS)	традиционная шкала	
[95;100]	A – (5+)	отлично – (5)	зачтено
[85;95)	B – (5)		
[70;85)	C – (4)	хорошо – (4)	
[60;70)	D – (3+)	удовлетворительно – (3)	
[50;60)	E – (3)		
[33,3;50)	FX – (2+)	неудовлетворительно – (2)	незачтено
[0;33,3)	F – (2)		

Таблица 4. - Описание системы оценок

ECTS	Описание оценок	Традиционная шкала
A	Превосходно – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	отлично (зачтено)
B	Отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые	

	практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.	
С	Хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено максимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.	хорошо (зачтено)
Д	Удовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	удовлетворительно (зачтено)
Е	Посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	удовлетворительно (незачтено)
FX	Условно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)
F	Безусловно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.	

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 5 - ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов	<p>1. Процесс перехода товара от одного владельца к другому – это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) товародвижение; 2) экономическое перемещение; 3) физическое перемещение; 4) товарная политика. <p>2. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке, проведенные СМИ, являются</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) внешней информацией; 2) внутренней информацией; 3) вторичной информацией; 4) не являются маркетинговой информацией. <p>3. Интервью, как дорогостоящий метод опроса, используется только для</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) выявления проблемы и опроса экспертов; 2) выборочного опроса; 3) опроса на месте покупки; 4) неличного опроса.
Уметь: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.	<p>4. Моделирование и практическое воспроизведение определенной ситуации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) наблюдение; 2) шпионаж; 3) эксперимент; 4) опыт. <p>5. Дает опрашиваемому возможность сформулировать ответ своими словами:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) косвенный вопрос; 2) открытый вопрос; 3) прямой вопрос; 4) альтернативный вопрос. <p>6. Проведение пилотного опроса предполагается для:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) сбора полной информации среди большой группы опрашиваемых; 2) удешевления и оптимизации масштабных исследований; 3) проведения полевых исследований; 4) возможности изучения тех или иных явлений в течение определенного периода.
Навыки: оперативное управление малыми коллективами и	<p>7. Какой из методов обследования потребителей предполагает сильное влияние интервьюера:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) прямые почтовые опросы;

группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.	2) визит на дом; 3) опрос на месте покупки; 4) личное интервью. 8. Преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в: 1) достоверности ответов; 2) возможности формализации ответов и их обработки; 3) экспертной подготовке вопросника; 4) наличии разработанной анкеты. 9. Мозговой штурм является: 1) количественным методом исследования; 2) методом экспертных оценок; 3) методом прогнозирования; 4) методом полевого исследования.
--	--

Таблица 6 - ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро-уровне как в России, так и за рубежом.	1. Различные информационные методы воздействия на рынок – это: 1) система маркетинговых коммуникаций; 2) система маркетинговых исследований; 3) система экономических законов; 4) система требования рынка. 2. Комплекс, называемый коммуникационной смесью представляет собой: 1) комплекс маркетинговой информации; 2) основные средства маркетинговых коммуникаций; 3) комплекс средств массовой информации; 4) средства связи.
Уметь: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.	3. Максимальны объем данных при обследовании потребителя возможно получить при: 1) визите на дом; 2) опросе на месте покупки; 3) прямом почтовом опросе; 4) личном интервью. 4. Максимально низкая стоимость обследования потребителей характерна для: 1) личного интервью; 2) визита на дом; 3) телефонного опроса; 4) прямого почтового опроса.
Навыки: участия в разработке проектных решений в области профессио-	5. Мозговой штурм является: 1) количественным методом исследования; 2) методом экспертных оценок; 3) методом прогнозирования;

нальной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.	<p>4) методом полевого исследования.</p> <p>6. Наименее дорогим видом информации является:</p> <p>1) вторичная;</p> <p>2) первичная;</p> <p>3) собранная в ходе анкетирования;</p> <p>4) собранная в ходе интервьюирования.</p> <p>7. Исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга – это ...</p> <p>Ответ:</p>
---	--

Таблица 7 - ПК-11 - способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. Этап 1

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро-уровне как в России, так и за рубежом.	<p>1. Разработка товара новинки – это:</p> <p>1) технологический цикл создания товара;</p> <p>2) оценка проектов и отбор идей;</p> <p>3) комплекс действий по созданию и выведению товара на рынок;</p> <p>4) процесс обоснования инвестиций.</p> <p>2. Самый затратный, с точки зрения маркетинга, этап жизненного цикла товара:</p> <p>1) выведения товара на рынок;</p> <p>2) роста;</p> <p>3) зрелости;</p> <p>4) упадка.</p> <p>3. К инновациям не относятся:</p> <p>1) продукт-инновация;</p> <p>2) процесс-инновация;</p> <p>3) услуга-инновация;</p> <p>4) социальные инновации.</p>
Уметь: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.	<p>4. Различные информационные методы воздействия на рынок – это:</p> <p>1) система маркетинговых коммуникаций;</p> <p>2) система маркетинговых исследований;</p> <p>3) система экономических законов;</p> <p>4) система требования рынка.</p> <p>5. Для оценки эффективности маркетинговых коммуникаций необходимы:</p> <p>1) система маркетинговых исследований;</p> <p>2) ответная реакция потребителя;</p> <p>3) частота продаж;</p> <p>4) отсутствие помех.</p> <p>6. Не оплачивается организацией, поэтому может быть как положительным, так и отрицательным:</p> <p>1) паблисити;</p> <p>2) пропаганда;</p>

	3) рекламное сообщение; 4) общественное мнение.
Навыки: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.	7. Между ценой товара и величиной спроса на него существует: 1) прямая зависимость; 2) обратная зависимость; 3) рыночная зависимость; 4) экономическая зависимость. 8. На рынке индивидуальных потребителей товар приобретают для: 1) дальнейшего производства; 2) последующей перепродажи; 3) личного потребления; 4) общественного использования. 9. Товаром не могут считаться: 1) физические объекты; 2) услуги и идеи; 3) места и организации; 4) эмоции и чувства.

Таблица 8 - ПК-11 - способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. Этап 2

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов.	1. Разработка товара новинки – это 1) технологический цикл создания товара; 2) оценка проектов и отбор идей; 3) комплекс действий по созданию и выведению товара на рынок; 4) процесс обоснования инвестиций. 2. Самый затратный, с точки зрения маркетинга, этап жизненного цикла товара: 1) выведения товара на рынок; 2) роста; 3) зрелости; 4) упадка. 3. К инновациям не относятся: 1) продукт-инновация; 2) процесс-инновация; 3) услуга-инновация; 4) социальные инновации.
Уметь: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обос-	4. Различные информационные методы воздействия на рынок – это: 1) система маркетинговых коммуникаций; 2) система маркетинговых исследований; 3) система экономических законов; 4) система требования рынка. 5. Для оценки эффективности маркетинговых коммуникаций необходимы:

нование выводов.	1) система маркетинговых исследований; 2) ответная реакция потребителя; 3) частота продаж; 4) отсутствие помех. 6. Не оплачивается организацией, поэтому может быть как положительным, так и отрицательным: 1) публицити; 2) пропаганда; 3) рекламное сообщение; 4) общественное мнение.
Навыки: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.	7. Между ценой товара и величиной спроса на него существует: 1) прямая зависимость; 2) обратная зависимость; 3) рыночная зависимость; 4) экономическая зависимость. 8. На рынке индивидуальных потребителей товар приобретают для: 1) дальнейшего производства; 2) последующей перепродажи; 3) личного потребления; 4) общественного использования. 9. Товаром не могут считаться: 1) физические объекты; 2) услуги и идеи; 3) места и организации; 4) эмоции и чувства.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль (*зачет, экзамен*), контроль самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль успеваемости обучающихся осуществляется по всем видам контактной и самостоятельной работы, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем, ведущим аудиторские занятия.

Текущий контроль успеваемости может проводиться в следующих формах:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.д.);
- письменная (письменный опрос, выполнение, расчетно-проектировочной и расчетно-графической работ и т.д.);
- тестовая (устное, письменное, компьютерное тестирование).

Результаты текущего контроля успеваемости фиксируются в журнале занятий с соблюдением требований по его ведению.

Промежуточная аттестация – это элемент образовательного процесса, призванный определить соответствие уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся, установленным требованиям согласно рабочей программе дисциплины. Промежуточная аттестация осуществляется по результатам текущего контроля.

Конкретный вид промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Зачет, как правило, предполагает проверку усвоения учебного материала практические и семинарских занятий, выполнения лабораторных, расчетно-проектировочных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), а также проверку результатов учебной, производственной или преддипломной практик. В отдельных случаях зачеты могут устанавливаться по лекционным курсам, преимущественно описательного характера или тесно связанным с производственной практикой, или имеющим курсовые проекты и работы.

Экзамен, как правило, предполагает проверку учебных достижений обучаемы по всей программе дисциплины и преследует цель оценить полученные теоретические знания, навыки самостоятельной работы, развитие творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и их практического применения.

6. Материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Полный комплект оценочных средств для оценки знаний, умений и навыков находится у ведущего преподавателя.