

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

СОГЛАСОВАНО

Администрация Калининского  
района г. Челябинска  
Заместитель Главы

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор филиала

 **И.А. Кравченко**

И.Г. Матвеева  
«\_\_» марта 2021 г.

20 февраля 2024 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**Продуктовая аналитика**

Направление подготовки 38.03.02 - Менеджмент  
образовательная программа – Управление бизнесом  
профиль – Менеджмент и управление бизнесом  
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Разработан в соответствии с рабочей программой «Продуктовая аналитика», одобренной  
кафедрой «Экономика, финансы и управление» (протокол № 06 от «30» января 2024 г.)

Челябинск, 2024

**Название дисциплины:****Продуктовая аналитика****Планируемые результаты освоения дисциплины**

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПКП-4	Способность участвовать в разработке программ развития компании, разработке обоснований проектов и управленческих решений, связанных с развитием бизнеса	1. Разрабатывает концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации 2. Применяет современные модели развития и управления организацией
ПKN-8	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария 2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации 3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании

**Оценочные средства**

Номер задания	Содержание оценочных материалов	Правильный ответ	Компетенция(и)
1.	Первая стадия в процессе создания нового продукта это... 1) управленческий анализ; 2) конструирование товара; 3) генерирование идеи; 4) поиск потребителей, желающих приобрести товар; 5) сорт товара, его качество.	3 - генерирование идеи	ПКП-4, ПKN-8
2.	Конкурентоспособность продукта – это.... 1) совокупность потребительских свойств и стоимостных характеристик товара, определяющих его сравнительные позиции на рынке 2) управленческая деятельность, обеспечивающая товарам успех на рынке 3) сформированный в сознании потребителей четкий образ компании или продукта, отличный от конкурентов	1 - совокупность потребительских свойств и стоимостных характеристик товара, определяющих его сравнительные	ПКП-4, ПKN-8

	4) успешная деятельность компании по убеждению потребителей в конкурентном отличии своих продуктов от продуктов компаний-конкурентов	позиции на рынке	
3.	<p>В чем отличие опытного образца нового продукта от экспериментального?</p> <p>1) экспериментальный образец делается для проверки принципов работы, а опытный служит прототипом нового товара;</p> <p>2) опытный образец делается для проверки принципов работы, а экспериментальный служит прототипом нового товара;</p> <p>3) опытный образец делается ради приобретения опыта, а экспериментальный - для проверки (например, на прочность);</p> <p>4) в экспериментальном образце разрабатывается дизайн, в опытном – нет.</p>	4 - в экспериментальном образце разрабатывается дизайн, в опытном – нет.	ПКП-4, ПКН-8
4.	<p>... исследование — это форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктующей рынком экономике.</p> <p>1) маркетинговое</p> <p>2) статистическое</p> <p>3) финансовое</p> <p>4) экономическое</p> <p>5) финансово-экономическое</p>	1- маркетинговое	ПКП-4, ПКН-8
5.	<p>Метод маркетингового исследования, с применением заранее разработанной математической модели, адекватно воспроизводящей поведение объекта исследования – это ....</p> <p>1) имитационное моделирование</p> <p>2) эксперимент</p> <p>3) экспертная оценка</p> <p>4) регрессионный анализ</p> <p>5) дисперсионный анализ</p>	1 - имитационное моделирование	ПКП-4, ПКН-8
6.	<p>Испытание продуктов и других переменных комплекса маркетинга путем реализации через обычные каналы сбыта товаров, которое требует идентификации испытуемых объектов</p> <p>1. - стандартное тестирование</p> <p>2. - полевой эксперимент</p> <p>3. - контролируемое тестирование</p> <p>- имитационное тестирование</p>	1 - стандартное тестирование	ПКП-4, ПКН-8

7.	Предложение потребителям попробовать продукт (сыр, сок, колбасу и т.д.) непосредственно перед прилавком в месте продажи  1. Wet sampling 2. холл-тест 3. Dry sampling 4. - маркетинговая симуляция	1 - Wet sampling	ПКП-4, ПКН-8
8.	Преимущества холл-теста  1. - возможность предъявления и оценки визуальной слуховой, обонятельной, осязательной, вкусовой информации, а также их комбинаций 2. - ограничение количества и характера задаваемых вопросов 3. - возможность распространять данные на всю генеральную совокупность потребителей 4. - не требует идентификации испытуемых объектов в их общей совокупности.	1 - возможность предъявления и оценки визуальной слуховой, обонятельной, осязательной, вкусовой информации, а также их комбинаций	ПКП-4, ПКН-8
9.	Описательное исследование это:  1. целостное и всестороннее, основанное на системном подходе изучение процесса или явления, включающее описание его внутренней структуры, отдельных элементов, взаимосвязей, свойств и характеристик 2. исследования основных рыночных закономерностей и тенденций, макроэкономических показателей 3. углубленное изучение процесса или явления, которое включает не только описание его внутренней структуры, но также определяет его основные количественные или качественные параметры 4. исследования, нацеленные на сбор и анализ вторичной информации, опубликованной различными контрагентами, являющейся достоверной и доступной для изучения	1 - целостное и всестороннее, основанное на системном подходе изучение процесса или явления, включающее описание его внутренней структуры, отдельных элементов, взаимосвязей, свойств и характеристик	ПКП-4, ПКН-8
10.	Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется: 1) панель; 2) гипотеза; 3) маркетинговое исследование; 4) случайная выборка; 5) неслучайная выборка.	3 - маркетинговое исследование.	ПКП-4, ПКН-8

### Критерий оценки знаний

Критерий	Оценка	Процент выполненных заданий
Глубокое усвоение программного материала (высокий уровень сформированности компетенций), логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей работы	Отлично	86-100
Твердые знания программного материала (продвинутый уровень сформированности компетенций), грамотное и по существу его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе на вопрос, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы	Хорошо	70-85
Знание только основного материала (пороговый уровень сформированности компетенций), допустимы неточности в ответе на вопрос, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре	Удовлетворительно	51-69
Незнание значительной части программного материала (не сформирован пороговый уровень компетенций), неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы экзаменационного билета, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно	0-50