Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Калужский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по учебно-методической работе Калужского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

_____О.М. Орловцева

«05» сентября 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

Б.1.2.2.1.4 СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

для проведения процедуры контроля остаточных знаний и диагностических работ по направлению подготовки высшего образования

по направлению подготовки 39.03.01 Социология

образовательная программа «Экономическая социология»

форма обучения - очная

Калуга 2025

Фонд оценочных средств для проведения диагностической работы по оценке достижения обучающимися результатов обучения учебной дисциплине «Социологические практики исследования рынков» разработан на основе образовательного стандарта высшего образования ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденного приказом ректора от 03.06.2021 г. № 1326/о.

Составитель:
Сидорова Т.А. – доцент кафедры «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины» Калужского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Фонд оценочных средств диагностической работы по оценке достижения обучающимися результатов обучения по учебной дисциплине «Социологические практики исследования рынков» рассмотрен на заседании кафедры (протокол № 08 от 20.05.2025) и рекомендован к утверждению на заседании Учебно-методического совета филиала (протокол № 01 от 29.08.2025 г.)

Председатель Учебно-методического совета  О.М. Орловцева

Оглавление

1. Цель, задачи и результаты изучения дисциплины..... 4

2. Оценочные средства для оценки сформированности компетенций (контроль остаточных знаний)..... 6

3. Ключ для оценки ответов..... 9

4. Оценка достижения результатов обучения. 9

1. Цель, задачи и результаты изучения дисциплины

Учебная дисциплина Б.1.2.2.1.4 «Социологические практики исследования рынков» является дисциплиной профиля «Экономическая социология» образовательной программы в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология образовательная программа «Экономическая социология»

Целью изучения дисциплины «Социологические практики исследования рынка» является формирование у студентов базовых знаний и понимания принципов, функций и методов управления, необходимых для эффективной организации и координации деятельности людей и ресурсов в любой сфере деятельности.

Дисциплина направлена на формирование теоретических знаний и практических навыков в сфере управления социально-экономическими системами.

Основные задачи при изучении дисциплины:

- формирование целостного представления о сущности, целях и методах социологических исследований рынка, их роли в изучении поведения потребителей, социально-экономических тенденций и маркетинговых процессов;
- развитие умений выявлять, анализировать и интерпретировать количественные и качественные данные о потребительском поведении, предпочтениях и социально-экономических характеристиках различных сегментов рынка;
- освоение базовых понятий, категорий и инструментов социологического исследования рынка, включая методы опросов, фокус-групп, наблюдений, анализа вторичных данных и использование программных средств обработки информации;
- формирование профессиональных компетенций, необходимых для планирования, проведения и анализа социологических исследований рынка, подготовки аналитических отчетов, формирования рекомендаций по маркетинговой стратегии и обоснованного принятия управленческих решений.

Учебная дисциплина Б.1.2.2.1.4 «Социологические практики исследования рынков» обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/ индикаторами достижения компетенции**
ПКП-2	Способность разрабатывать организационную и техническую документацию по сбору данных социологического исследования в сфере экономики и финансов	Разрабатывает дизайн и обосновывает смету, план-график реализации социологического исследования в сфере экономики и финансов	Знания: теоретических основ разработки служебной документации по социологическому исследованию Умения: на практике составлять дизайн, смету и план-график реализации социологического исследования
		Владеет навыками и регламентами обеспечения конфиденциальности и достоверности информации	Знания: основ обеспечения конфиденциальности и достоверности информации Умения: пользоваться регламентами обеспечения конфиденциальности и достоверности информации

ПКП-3	Способность выстраивать коммуникации в проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта	Знания: руководящих документов, регламентирующих взаимодействие с заказчиком и другими структурными подразделениями Умения: на практике определять цели и задачи социологического проекта и решать вопросы взаимодействие с заказчиком и другими структурными подразделениями
		Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования	Знания: нормативных требований исследовательской этики социального взаимодействия с заказчиком Умения: соблюдать на практике исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования
УК-9	Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении	Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	Знания: теоретических основ стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, в том числе стратегий маркетинга/маркетинга взаимодействия/маркетинга взаимоотношений/внутри фирменного маркетинга Умения: эффективно взаимодействовать с другими членами команды при разработке и внедрении маркетинговых проектов, участвуя в обмене маркетинговой информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы

		Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении	Знания: этических норм маркетинга, в том числе этических норм разработки дизайна и проведения маркетинговых исследований Умения: на практике разработать стратегию (в том числе план маркетинга) и определить степень реализации намеченных в ней мероприятий; разработать базовую организационную структуру маркетингового подразделения; оценивать альтернативные схемы управления для позиционирования различных видов маркетинговой деятельности; аргументировано обосновывать необходимость использования маркетинговых стратегий в организации.
		Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Знания: моделей поведения группы для достижения целей проекта профессиональной деятельности Умения: на практике достигать цели и решать задачи профессиональной деятельности

2. Оценочные средства для оценки сформированности компетенций (контроль остаточных знаний)

1. **(УК-9)** Что изучает социологическое исследование рынка?
   а) Только экономические показатели
   б) Поведение потребителей, предпочтения и социальные факторы, влияющие на рынок
   в) Историю торговли
   г) Международные финансовые потоки
2. **(ПКП-2)** Соотнесите метод исследования рынка с его характеристикой:

Метод	Характеристика
1. Опрос	А) Сбор мнений респондентов с помощью анкет или интервью
2. Наблюдение	Б) Фиксация поведения потребителей без вмешательства
3. Фокус-группа	В) Групповое обсуждение продукта или услуги для выявления мнений

3. **(ПКП-3)** Заполните пропуск:
   Социологические исследования рынка позволяют выявить _____ потребителей, их потребности и предпочтения.
4. **(ПКП-2)** Что из перечисленного является примером качественного метода исследования?
   а) Онлайн-опрос

б) Фокус-группа
в) Статистический анализ продаж
г) Выборка транзакций

5. **(ПКП-3)** Социальные и культурные факторы влияют на:
   а) Потребительское поведение
   б) Географическое положение магазинов
   в) Погоду
   г) Сельское хозяйство

6. **(ПКП-2)** Соотнесите термин и пример:

Термин	Пример
1. Сегментация рынка	а) Разделение клиентов на группы по возрасту и доходу
2. Потребительское поведение	б) Решения людей о покупке товаров и услуг
3. Исследовательская выборка	в) Выбор группы респондентов для опроса

7. **(УК-9)** Как демографические характеристики влияют на поведение покупателей?

8. **(ПКП-3)** Соотнесите тип данных с примером:

Тип данных	Пример
1. Количественные	а) Количество покупок за месяц
2. Качественные	б) Причины выбора бренда
3. Вторичные данные	в) Статистика продаж компании за прошлый год

9. **(ПКП-2)** Заполните пропуск:
   Правильный анализ данных рынка требует учета _____ факторов и контекста исследования.

10. **(ПКП-3)** Что является ключевым условием достоверности исследования рынка?
    а) Большое количество вопросов
    б) Репрезентативная выборка
    в) Сложные формулы
    г) Использование разных цветов в анкете

11. **(УК-9)** Как результаты социологического исследования рынка могут повлиять на маркетинговую стратегию?

12. **(ПКП-2)** Какая форма представления данных наиболее наглядна для анализа предпочтений потребителей?
    а) Диаграмма или график
    б) Текстовое описание
    в) Несистематизированная таблица
    г) Список переменных

13. **(ПКП-3)** Заполните пропуск:
Использование вторичных данных помогает понять _____ рынка и динамику продаж.

14. **(УК-9)** Опишите, каким образом социальные и культурные нормы влияют на выбор товаров и услуг.

15. **(ПКП-2)** Что является примером института, влияющего на рынок?
а) Банковская система
б) Профсоюз
в) Консалтинговая компания по маркетингу
г) Семья

16. **(ПКП-3)** Как проведение фокус-группы помогает выявить потребности клиентов?
а) Позволяет обсудить продукт с группой и выявить скрытые мотивы покупки
б) Позволяет только подсчитать количество покупателей
в) Игнорирует мнение участников
г) Используется только для анализа финансовых отчетов

17. **(УК-9)** Приведите пример того, как исследование рынка может помочь компании адаптировать продукт к нуждам клиентов.

18. **(ПКП-2)** Выберите пример метода количественного исследования:
а) Онлайн-опрос
б) Фокус-группа
в) Глубинное интервью
г) Наблюдение

19. **(ПКП-3)** Заполните пропуск:
Процесс систематического сбора и анализа информации о потребителях, конкурентах и рынке называется _____.

20. **(ПКП-3)** Какой пример отражает практическое применение социологических исследований рынка?
а) Разработка маркетинговой стратегии на основе анализа предпочтений потребителей
б) Игнорирование статистических данных
в) Проведение биологических экспериментов
г) Теоретические построения без анализа данных

3. Ключ для оценки ответов

Порядковый номер вопроса	Правильные ответы
1	б
2	1-А, 2-Б, 3-В
3	потребности
4	б
5	а
6	1-а, 2-б, 3-в
7	сегментированно
8	1-а, 2-б, 3-в
9	социальные
10	б
11	корректировка
12	а
13	рынка
14	предпочтения
15	а
16	а
17	адаптация
18	а
19	исследованием
20	а

4. Оценка достижения результатов обучения.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины Б.1.2.2.1.4 «Социологические практики исследования рынков» по результатам диагностической работы осуществляется с учетом следующей шкалы:

Объем выполнения	Оценка	Критерии оценки
от 86 до 100	«отлично»	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки и умения, выполнены все задания, но в решении некоторых могут быть недочеты
от 70 до 85	«хорошо»	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки и умения не в полном объеме, выполнены все задания, но при решении некоторых были обнаружены ошибки и недочеты.
от 50 до 69	«удовлетворительно»	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, сформированы в основном необходимые практические навыки и умения, выполнено большинство заданий, при решении отдельных были обнаружены ошибки и недочеты.
от 0 до 49	«неудовлетворительно»	теоретическое содержание дисциплины не освоено, не сформированы необходимые практические навыки и умения, выполненные учебные задания содержат ошибки и недочеты.