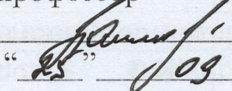


Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Рыбницкий филиал

Кафедра прикладной информатики в экономике

УТВЕРЖДАЮ

Директор Рыбницкого филиала
ПГУ им. Т.Г. Шевченко
профессор

 Павлинов И.А.
“ 25 ” 09 2024 г.

ПРОТОКОЛ № 1

ФОНДОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Информационные технологии в маркетинговых исследованиях»

Направление подготовки:

2.09.03.03 «Прикладная информатика»

Профиль подготовки:

«Информационные технологии в цифровой экономике»

Квалификация (степень) выпускника

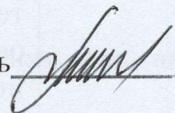
Бакалавр

Форма обучения

заочная

Год набора: 2022

Разработал:

ст. преподаватель  Сычева И.И.

“ 13 ” 09 2024 г.

Рыбница, 2024

**Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Информационные технологии в маркетинговых исследованиях»**

1. В результате изучения дисциплины «Информационные технологии в маркетинговых исследованиях» у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		
УК	УК-3. Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД ук-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия. ИД ук-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста. ИД ук-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.
Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения		
ОПК	ОПК-3. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	ИД оПК-3.1. Знает принципы, методы и средства решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. ИД оПК-3.2. Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. ИД оПК-3.3. Владеет навыками подготовки обзоров, аннотаций, составления рефератов, научных докладов, публикаций, и библиографии по научно-исследовательской работе с учетом требований информационной безопасности.
Профессиональные компетенции		
ПК	ПК-1. Способность проводить обследование организаций,	ИД ПК-1.1. Знать методы обследования организаций, способы выявления информационных потребностей пользователей, подходы к формированию требований

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	к информационной системе. ИД ПК-1.2. Уметь проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе. ИД ПК-1.3. Владеть методами проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, подходами к формированию требований к информационной системе.
	ПК-11. Способность осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей.	ИД ПК-11.1. Знать методы презентации информационной системы и начального обучения пользователей. ИД ПК-11.2. Уметь презентовать информационную систему и осуществлять начальное обучение пользователей. ИД ПК-11.3. Владеть методикой презентации информационной системы и начального обучения пользователей.

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Маркетинговые информационных технологий	УК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-11.	Реферат
2	Информационное обеспечение маркетинговых исследований	УК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-11.	Контрольная работа
Промежуточная аттестация			
VI семестр		УК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-11.	Вопросы к зачету

Процедура проведения оценочных мероприятий имеет следующий вид:

А. Текущий контроль.

В конце каждого занятия студентам выдаются задания для внеаудиторного выполнения по соответствующей теме;

Студентам, пропускающим занятия, выдаются дополнительные задания – представить конспект пропущенного занятия с последующим собеседованием по теме занятия. Подведение итогов контроля проводится по графику проведения текущего контроля. По результатам выполнения лабораторных работ, в том числе проводимых в интерактивной форме, формируется письменный отчет. Оценка дескрипторов компетенций производится путем проверки содержания и качества оформления отчета и индивидуальной или групповой защиты каждого задания студентами в соответствии с графиком проведения занятий. Результаты оценки успеваемости заносятся в журнал и доводятся до сведения студентов. Студентам, не получившим зачетное количество баллов

по текущему контролю, выдается дополнительные задания на зачетном занятии в промежуточную аттестацию.

Б. Промежуточная аттестация (6 семестр – зачет).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в первом и втором семестре по графику учебного процесса.

Зачетное занятие проводится согласно календарному графику учебного процесса. Итоговая оценка определяется как сумма оценок, полученных в текущей аттестации и по результатам ответа на зачете. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку студента (при получении зачета). Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

2.1. Шкала оценивания успеваемости

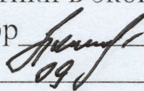
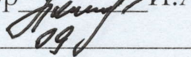
Для оценки дескрипторов компетенций используется балльная шкала оценок. Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы:

– «зачтено» 50-100% баллов: результат: от неполного правильного ответа с неточностями до полного правильного, полностью соответствующего требованиям критерия (минимум: усвоено основное содержание материала, но изложено фрагментарно, не всегда последовательно, определения и понятия даны не четко, допущены ошибки в выводах, неумение использовать знания, полученные ранее; максимум: полно раскрыто содержание материала в объеме программы, четко и правильно даны определения и раскрыто содержание, проведен сравнительный анализ, ответ самостоятельный, при ответе использованы знания, приобретённые ранее (межпредметные связи);

– «не зачтено» менее 50% баллов: результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия (основное содержание учебного материала не раскрыто, не даны ответы на дополнительные вопросы преподавателя, допущены грубые ошибки в определениях).

Студентам, пропустившим занятия, не выполнившим дополнительные задания и не отчитавшимся по темам занятий, общий балл по текущему контролю может быть снижен на 10% за каждое пропущенное занятие без уважительной причины. Студентам, проявившим активность во время занятий, общий балл по текущему контролю может быть увеличен на 10%.

«УТВЕРЖДАЮ»

зав. кафедрой прикладной
информатики в экономике,
профессор  И.А. Павлинов
« 15 »  2024 г.

Темы рефератов
по дисциплине «Информационные технологии в маркетинговых исследованиях»
для студентов III курса
направления «Прикладная информатика»
профиль подготовки
«Информационные технологии в цифровой экономике»
VI семестр, з/о

1. Состав и организация информационного обеспечения задач маркетинга;
2. Требования к информационному обеспечению информационных систем маркетинга;
3. Гипермедиа системы;
4. Классификация информационных систем по характеру использования информации и по сфере применения;
5. Оптимизация информационных систем;
6. Критерии выбора технических средств информационных систем маркетинга;
7. Сетевая навигация;
8. Основные понятия и определения Интернет;
9. Информационные ресурсы Интернет;
10. Основные принципы Интернет-маркетинга;
11. Интерактивный рынок;
12. Оценка эффективности информационной системы маркетинга.

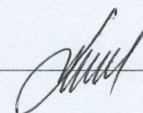
Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту если – результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия, – максимальное количество баллов;

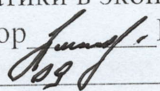
оценка «хорошо» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – более 60%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия, – 75% от максимального количества баллов;

оценка «удовлетворительно» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – от 30 до 60%) или ответ, содержащий значительные неточности, т.е. ответ, имеющий значительные отступления от требований критерия – 40 % от максимального количества баллов;

оценка «неудовлетворительно» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия, – 0 % от максимального количества баллов.

Ст. преподаватель  Сычева И.И.

«УТВЕРЖДАЮ»

зав. кафедрой прикладной
информатики в экономике,
профессор  И.А. Павлов
« 25 » 2024 г.

Вопросы к контрольной работе
по дисциплине «Информационные технологии в маркетинговых исследованиях»
для студентов III курса
направления «Прикладная информатика»
профиль подготовки
«Информационные технологии в цифровой экономике»
VI семестр, з/о

1. Базы данных, используемые при решении задач маркетинга;
2. Специализированные базы данных маркетинговой деятельности;
3. Использование банков данных для решения задач маркетинга;
4. СУБД по сбытовой деятельности предприятия;
5. Программный продукт OracleSalesAnalyzer;
6. Экспертные системы в информационных системах маркетинга;
7. Нейронные сети в информационных системах маркетинга;
8. Программный продукт «Гепард»;
9. Программный продукт «EliteSeries»;
10. ПИК-образные СУБД в информационных системах маркетинга.

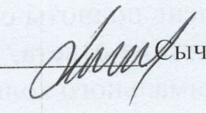
Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту если – результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия, – максимальное количество баллов;

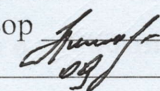
оценка «хорошо» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – более 60%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия, – 75% от максимального количества баллов;

оценка «удовлетворительно» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – от 30 до 60%) или ответ, содержащий значительные неточности, т.е. ответ, имеющий значительные отступления от требований критерия – 40 % от максимального количества баллов;

оценка «неудовлетворительно» результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – менее 30%), неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия, – 0 % от максимального количества баллов.

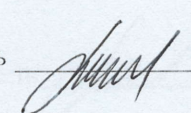
Ст. преподаватель  Сычева И.И.

«УТВЕРЖДАЮ»

зав. кафедрой прикладной
информатики в экономике,
профессор  И.А. Павлинов
« 15 » _____ 2024 г.

Вопросы к зачёту
по дисциплине «Информационные технологии в маркетинговых исследованиях»
для студентов III курса
направления «Прикладная информатика»
профиль подготовки
«Информационные технологии в цифровой экономике»
VI семестр, з/о

1. Информационные процессы в маркетинге;
2. Структура информационной системы маркетинга;
3. Состав и организация информационного обеспечения задач маркетинга;
4. Этапы развития информационных систем и мультимедийных технологий; Структура и содержание информационного обеспечения;
5. Требования к информационному обеспечению информационных систем маркетинга;
6. Гипермедиа системы;
7. Классификация информационных систем по функциональному признаку и уровням управления;
8. Классификация информационных систем по характеру использования информации и по сфере применения;
9. Оптимизация информационных систем;
10. Назначение технических средств информационных систем маркетинга;
11. Критерии выбора технических средств информационных систем маркетинга;
12. Локальные и глобальные компьютерные сети;
13. Сетевая навигация;
14. Основные понятия и определения Интернет;
15. Информационные ресурсы Интернет;
16. Базы данных в Интернете;
17. Основные принципы Интернет-маркетинга; Интерактивный рынок;
18. Общая характеристика ПП «ОЛИМП: Маркетинг», «OracleSalesAnalyzer» и технологий решения задач маркетинга «Экспертные системы», «Нейронные сети»;
19. Оценка эффективности информационной системы маркетинга.

Ст. преподаватель  Сычева И.И.