



ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
для оценки квалификации
**«Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и
перерабатывающей промышленности (7-й уровень квалификации)»**
(наименование квалификации)

Состав примера оценочных средств

Раздел	страница
1. Наименование квалификации и уровень квалификации	3
2. Номер квалификации	3
3. Профессиональный стандарт или квалификационные требования, установленные федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации	3
4. Вид профессиональной деятельности	3
5. Спецификация заданий для теоретического этапа профессионального экзамена	3
6. Спецификация заданий для практического этапа профессионального экзамена	6
7. Материально-техническое обеспечение оценочных мероприятий	6
8. Кадровое обеспечение оценочных мероприятий	7
9. Требования безопасности к проведению оценочных мероприятий (при необходимости)	8
10. Задания для теоретического этапа профессионального экзамена	8
11. Критерии оценки (ключи к заданиям), правила обработки результатов теоретического этапа профессионального экзамена и принятия решения о допуске (отказе в допуске) к практическому этапу профессионального экзамена	17
12. Задания для практического этапа профессионального экзамена	18
13. Правила обработки результатов профессионального экзамена и принятия решения о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации	20
14. Перечень нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств (при наличии)	20

1. Наименование квалификации и уровень квалификации:

Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (7-й уровень квалификации)

2. Номер квалификации: 22.00800.03

3. Профессиональный стандарт или квалификационные требования, установленные федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации (далее – требования к квалификации):

Профессиональный стандарт Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности» - код 22.008, (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 02.09.2020 г. № 557н.)

4. Вид профессиональной деятельности:

Маркетинговые исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности

5. Спецификация заданий для теоретического этапа профессионального экзамена

Знания, умения в соответствии с требованиями к квалификации, на соответствие которым проводится оценка квалификации	Критерии оценки квалификации	Тип и № задания
1	2	3
С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности		
Знание: Технологии и средства сбора и обработки маркетинговых данных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №1, 2
Знание: Типы и виды источников информации для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №3, 4
Знание: Структура и основные характеристики товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №5 Задание с открытым вопросом №6
Знание: Методы маркетингового исследования товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №7, 8
Знание: Требования к безопасности, качеству и прослеживаемости продуктов питания	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №9, 10
Знание: Методы и приемы обеспечения информационной безопасности в процессе проектирования, разработки и эксплуатации информационно-аналитических систем	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №11, 12
Знание: Классификация маркетинговых исследований по назначению, по схеме организации, по методам проведения	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №13, 14
Знание: Методы проведения маркетинговых исследований	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №15, 16

Знание: Методы статистической теории принятия решений (теория игр, теория массового обслуживания, стохастическое программирование) для стохастического описания реакции потребителей на изменение рыночной ситуации	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №17, 18
Знание: Гибридные методы для объединения детерминированных и вероятностных характеристик (динамическое и эвристическое программирование)	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №19
Знание: Математическое моделирование многомерных распределенных динамических систем	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №20
Знание: Многомерные методы обработки информации, включая факторный и кластерный анализы, для обоснования маркетинговых решений на основе анализа многочисленных взаимосвязанных переменных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №21
Знание: Регрессионные и корреляционные методы, используемые для установления взаимосвязей между группами переменных, статистически описывающих маркетинговую деятельность	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №22
С/02.7 Информационно-аналитическое обеспечение формирования маркетинговой стратегии организации на основе мониторинга, анализа и прогнозирования товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности		
Знание: Методы обеспечения безопасности, качества и прослеживаемости пищевой продукции по всей производственной цепи производства кормов, сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, хранения, транспортировки и реализации продуктов питания в организациях розничной торговли	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №23, 24
Знание: Основные характеристики рынков продуктов питания, элементы макросреды и микросреды организации пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №25, 26
Знание: Методы разработки маркетинговой стратегии, включая формальные, в том числе матричные, основанные на математическом анализе, и неформальные, основанные на творческом, интуитивном подходе	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №27, 28, 29
Знание: Метод программно-целевого планирования маркетинговой деятельности организации	Правильное решение задания – 1 балл	Задание на установление последовательности №30
Знание: Модель установления связей между рентабельностью организации и долей рынка в условиях медленно растущих рынков	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №31

Знание: Показатели, характеризующие надежность и достоверность маркетинговой информации, методики их оценки	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №32,33
Знание: Процесс кодирования данных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с открытым ответом №34
Знание: Методы оперативного сбора, обработки и анализа информации и поддержки принятия управленческих решений на основе статистического анализа данных, системного анализа, линейного программирования, теории массового обслуживания, корреляционно-регрессионного, кластерного и дисперсионно-ковариационного анализа, искусственных нейронных сетей и искусственного интеллекта	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №35, 36
Знание: Этапы комплексного маркетингового исследования	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №37
Знание: Методы проведения маркетинговых исследований, включая онлайн-сообщества, мобильные опросы, анализ социальных сетей, анализ текста, анализ больших данных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №38
Знание: Статистические методы обработки маркетинговой информации	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №39
Знание: Многомерные методы обработки информации, включая факторный и кластерный анализы, для обоснования маркетинговых решений на основе анализа многочисленных взаимосвязанных переменных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание на установление последовательности №40

Общая информация по структуре заданий для теоретического этапа профессионального экзамена:

- общее количество вопросов: 40 вопросов в тесте (40 - в примере оценочного средства);
- из них количество заданий с выбором ответа: 36 заданий в тесте (36 - в примере оценочного средства);
- из них количество заданий с открытым ответом: 2 задания в тесте (1 - в примере оценочного средства);
- из них количество заданий на установление соответствия: 1 задание в тесте (1 - в примере оценочного средства);
- количество заданий на установление последовательности: 1 задание в тесте (1 - в примере оценочного средства);
- время выполнения заданий для теоретического этапа экзамена: 90 минут.

6. Спецификация заданий для практического этапа профессионального экзамена

Трудовые функции, трудовые действия, умения в соответствии с требованиями к квалификации, на соответствие которым проводится оценка квалификации	Критерии оценки квалификации	Тип и № задания
ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности Умение: Использовать методы экспертных оценок для выявления сильных и слабых сторон организации, оценки эффективности	а) предложена группа показателей оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия пищевой промышленности с учетом внутреннего положения и внешней ситуации (не менее 12) с учетом поставленной задачи б) предложены интегрированные показатели эффективности маркетинговой деятельности по четырём направлениям оценки, в) на основании экономических показателей проведен корректный расчет эффективности управления брендом компании	Задание №1 Выполнение трудовых действий в модельных условиях
ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности ТД: Разработка организационной структуры маркетинговой информационной системы организации в области пищевой и перерабатывающей промышленности	а) представлена информация, подтверждающая опыт создания маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности б) информация имеет наглядную визуализацию, подтверждает достоверность личного участия соискателя в работе в) ответы на типовые вопросы корректные и аргументированные	Задание №2 Защита портфолио

7. Материально-техническое обеспечение оценочных мероприятий:

а) материально-технические ресурсы для обеспечения теоретического этапа профессионального экзамена:

- рабочее место, оборудованное мебелью (стул, стол);
- компьютер с доступом к сети интернет,
- бумага для записей,
- ручка;

б) материально-технические ресурсы для обеспечения практического этапа

- **рабочее место в аудитории**, оборудованной мебелью (стул, стол), персональный компьютер, подключенный к сети интернет;

- предметы и средства труда:

Задание №1:

- таблица экономических показателей предприятия пищевой (перерабатывающей) промышленности

- средства индивидуальной защиты:

- не предусмотрено

- справочная информация:

- не предусмотрено

Задание №2:

- предметы и средства труда:

- не предусмотрено

- средства индивидуальной защиты:

- не предусмотрено

- справочная информация:

- заранее подготовленное портфолио

8. Кадровое обеспечение оценочных мероприятий:

1. Высшее или среднее профессиональное образование.

2. Опыт работы не менее 5 лет в должности и (или) выполнения работ (услуг) по виду профессиональной деятельности, содержащему оцениваемую квалификацию, но не ниже уровня оцениваемой квалификации.

3. Подтверждение прохождения обучения по ДПП, обеспечивающего освоение:

а) знаний:

- НПА в области независимой оценки квалификации и особенности их применения при проведении профессионального экзамена;

- нормативные правовые акты, регулирующие вид профессиональной деятельности и проверяемую квалификацию;

- методы оценки квалификации, определенные утвержденным Советом оценочным средством (оценочными средствами);

- требования и порядок проведения теоретической и практической части профессионального экзамена и документирования результатов оценки;

- порядок работы с персональными данными и информацией ограниченного использования (доступа);

б) умений

- применять оценочные средства;

- анализировать полученную при проведении профессионального экзамена информацию, проводить экспертизу документов и материалов;

- проводить осмотр и экспертизу объектов, используемых при проведении профессионального экзамена;

- проводить наблюдение за ходом профессионального экзамена;

- принимать экспертные решения по оценке квалификации на основе критериев оценки, содержащихся в оценочных средствах;

- формулировать, обосновывать и документировать результаты профессионального экзамена;

- использовать информационно-коммуникационные технологии и программно-технические средства, необходимые для подготовки и оформления экспертной документации;

4. Отсутствие ситуации конфликта интереса в отношении конкретных соискателей.

5. Экспертная комиссия утверждается в количестве не менее трех экспертов.

6. Не менее двух членов экспертной комиссии в штате по основному месту работы в

Центре оценки квалификации должны иметь подтвержденную Советом по профессиональным квалификациям агропромышленного комплекса квалификацию, удовлетворяющую требованиям, определенным в оценочном средстве для проведения независимой оценки квалификации.

9. Требования безопасности к проведению оценочных мероприятий.

С каждым соискателем проводится инструктаж (под подпись) по охране труда и безопасным методам работы при работе на персональном компьютере.

10. Задания для теоретического этапа профессионального экзамена:

Инструкция.

1. Теоретический этап профессионального экзамена представлен в виде теста и состоит из 40 вопросов, охватывающих все предметы оценивания.

2. Время ответа на вопросы ограничено – 90 минут.

3. Если Вы сомневаетесь в ответе, переходите к следующему вопросу. К пропущенному вопросу Вы сможете вернуться позже.

4. Каждый вопрос содержит инструкцию по формулированию ответа: выбрать правильный вариант ответа (один или несколько), установить правильную последовательность, установить правильное соответствие, записать правильный ответ.

5. Если при ответе на вопрос Вы должны выбрать один правильный ответ (одиночный выбор), то «кликните» курсором по выбранному Вами варианту. Кнопка выбранного варианта станет малиновой.

6. Если при ответе на вопрос Вы должны выбрать несколько правильных ответов (множественный выбор), то «кликните» курсором по тем вариантам, которые Вы считаете правильными, в любой последовательности.

7. Для изменения решения нажмите еще раз выбранный Вами вариант. Кнопка снова станет серой. Это будет означать отмену Вашего прежнего выбора.

8. Если при ответе на вопрос Вы должны установить соответствие, ухватите курсором кнопку на варианте слева и перетащите ее на кнопку соответствующего ему варианту справа.

ВАЖНО! Варианты слева должны быть использованы все; варианты справа могут быть использованы полностью или частично.

9. Если при ответе на вопрос Вы должны установить последовательность, ухватите курсором нужный вариант и перетащите его на желаемое место в соответствии с порядковым номером действия.

10. Если задание сформулировано в виде открытого вопроса, ответ Вы должны строчными буквами, если иное не указано в задании.

11. После выполнения задания нажмите кнопку «Ответить».

12. Вы можете задавать вопросы членам экзаменационной комиссии только в случае технических неисправностей, которые не позволяют Вам продолжить работу.

Задание №1

Что относят к внутренним источникам вторичного маркетингового исследования?

Выберите правильный ответ.

- a) статистика предприятия по рекламациям
- b) отраслевые отчеты
- c) статьи в отраслевых изданиях
- d) публикации международных конференций

е) отчеты объединений работодателей

Задание №2

В какой форме НЕ проводят сбор информации методом наблюдения?

Выберите правильный ответ.

- а) групповое интервью
- б) полевое исследование
- с) лабораторное исследование
- д) исследование с участием респондента
- е) исследование без участия респондента

Задание №3

Какой источник информации относится к первичным?

Выберите правильный ответ.

- а) результаты экспериментального исследования
- б) периодические печатные издания
- с) электронные средства массовой информации
- д) словари и энциклопедии
- е) наружная реклама

Задание №4

К какому типу относят маркетинговую информацию, которая представляет собой неподтвержденные, непроверенные факты?

Выберите правильный ответ.

- а) слухи
- б) сведения
- с) факты
- д) оценки
- е) цифры

Задание №5

Какой фактор НЕ определяет спрос на продукты питания?

Выберите правильный ответ.

- а) квалификация покупателя
- б) цена товара
- с) денежный доход покупателя
- д) потребительский вкус
- е) религиозные обычаи

Задание №6

Как называют совокупность признаков, характеризующая текущую ситуацию на рынке, которая определяется сочетанием факторов и условий и выражается определенным соотношением спроса, предложения и динамики цен?

Запишите правильный ответ одним словом (им.сущ., ед.ч.)

Правильный ответ: _____

Задание №7

Для какого направления исследования рынка целью является выявление позиции в конкурентной борьбе?

Выберите правильный ответ.

- а) рыночная доля

- b) размер рынка
- c) динамика рынка
- d) каналы товародвижения
- e) цены

Задание №8

Какой метод маркетингового исследования является анализом данных предприятия с конкурентами, при котором сравниваются не результаты деятельности, а бизнес-процессы?

Выберите правильный ответ.

- a) бенчмаркинг
- b) метод экспертных оценок
- c) фокус-группа
- d) панель
- e) эксперимент

Задание №9

Какой вид пищевой продукции должен производиться на специализированных производственных объектах, или в специализированных цехах?

Выберите правильный ответ.

- a) для детей до первого года жизни
- b) диетическое питание
- c) спортивное питание
- d) продукция с ГМО
- e) продукция с биологически активными веществами

Задание №10

Какое требование к безопасности ГМО предъявляется при производстве пищевой продукции из продовольственного сырья, полученного из ГМО растительного, животного и микробного происхождения?

Выберите правильный ответ.

- a) прохождение государственной регистрации
- b) соответствие требованиям ГОСТ
- c) соответствие требованиям локального ТУ
- d) производство сырья только в РФ
- e) такое сырье не допускается в производство

Задание №11

Что относится к принципам политики информационной безопасности?

Выберите правильный ответ.

- a) невозможность миновать защитные средства сети (системы)
- b) усиления основного звена сети, системы
- c) полное блокирование доступа при риск-ситуациях
- d) переход в безопасное состояние работы сети, системы
- e) совместимые, однотипные программно-технические средства сети, системы

Задание №12

Какие угрозы информационной безопасности относят к умышленным?

Выберите правильный ответ.

- a) несанкционированный доступ к ресурсам компьютерной системы
- b) ошибки в проектировании компьютерной системы
- c) сбои в работе линий связи и энергоснабжения

- d) воздействие на аппаратные средства компьютерной системы физических полей других электронных устройств
- e) ошибки пользователей компьютерной системы

Задание №13

Какой вид маркетингового исследования проводят для проверки гипотез относительно причинно-следственных связей маркетинга с факторами внешней и внутренней среды?

Выберите правильный ответ.

- a) казуальное
- b) прогнозное
- c) экспериментальное
- d) описательное
- e) поисковое

Задание №14

Какой метод полевых исследований относят к количественным?

Выберите правильный ответ.

- a) опрос
- b) групповая дискуссия
- c) индивидуальное интервью
- d) наблюдение
- e) «тайный покупатель»

Задание №15

Какой метод проведения маркетинговых исследований относится к методу сбора качественных данных?

Выберите правильный ответ.

- a) фокус-группа
- b) опрос
- c) аудит
- d) дегустация
- e) тестирование

Задание №16

Какой метод проведения маркетинговых исследований целесообразно использовать для длительного тестирования товара?

Выберите правильный ответ.

- a) Home-test
- b) Hall-test
- c) mystery shopping
- d) retail audit

Задание №17

Как в теории массового обслуживания называют последовательность заявок, ожидающих обслуживания?

Выберите правильный ответ.

- a) очередь
- b) поток заявок
- c) задача обслуживания
- d) система массового обслуживания
- e) канал обслуживания

Задание №18

При каком потоке заявок в теории массового обслуживания число событий любого интервала времени $(t, t+x)$ не зависит от числа событий на любом другом не пересекающемся с этим интервалом времени?

Выберите правильный ответ.

- a) поток без последствий
- b) однородный поток
- c) стационарный поток
- d) простейший поток
- e) нормальный поток

Задание №19

Какие методы предназначены для регулирования последовательности и взаимозависимости маркетинговых операций, разработки планов инноваций, проведения пробного маркетинга?

Выберите правильный ответ.

- a) методы сетевого планирования
- b) методы многомерного анализа
- c) эконометрические методы
- d) экспериментальные методы
- e) матрица Бостонской консалтинговой группы

Задание №20

При каком методе исследования изучаемая система заменяется моделью, с достаточной точностью описывающей реальную систему?

Выберите правильный ответ.

- a) имитационное моделирование
- b) гипотетическое моделирование
- c) аналоговое моделирование
- d) макетированное моделирование
- e) аналитическое моделирование

Задание №21

Какой метод маркетинговой исследования поведения клиента отражает путь пользователя до покупки в табличной форме или инфографике?

Выберите правильный ответ.

- a) CJM (Customer journey map)
- b) Матрица Бостонской консалтинговой группы
- c) Пять сил Портера
- d) PEST-анализ
- e) R&D (Research and Development)

Задание №22

На какой вопрос может дать ответ корреляционный анализ?

Выберите правильный ответ.

- a) Насколько сильно связан объем продаж с расходами на рекламу?
- b) Действительно ли независимые переменные обуславливают значимую вариацию зависимой переменной?
- c) В какой степени вариацию зависимой переменной можно объяснить независимыми переменными?
- d) Какова форма связи и вид математического уравнения, описывающего зависимость между зависимой и независимой переменными?

е) Как предсказать значения зависимой переменной?

Задание №23

Какой вид пищевой продукции, выпускаемой в обращение на таможенной территории Таможенного союза, НЕ подлежит декларированию соответствия?

Выберите правильный ответ.

- a) уксус
- b) яйцо
- c) вода
- d) сода пищевая
- e) соль пищевая

Задание №24

Какая форма оценки соответствия пищевой продукции требованиям технических регламентов Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции НЕ применяется?

Выберите правильный ответ.

- a) сертификация
- b) декларирование соответствия
- c) государственная регистрация специализированной пищевой продукции
- d) государственная регистрация пищевой продукции нового вида
- e) ветеринарно-санитарная экспертиза

Задание №25

К какому элементу макросреды относят уровень инфляции?

Выберите правильный ответ.

- a) экономическое окружение
- b) правовое окружение
- c) политическое окружение
- d) демографическая среда
- e) уровень доходов и занятости населения

Задание №26

Что является элементом макросреды?

Выберите правильный ответ.

- a) экономические факторы
- b) Контактные аудитории
- c) Конкуренты
- d) Посредники
- e) потребители

Задание №27

Какой маркетинговой стратегией пользуется предприятие при выводе новых товаров на новые рынки?

Выберите правильный ответ.

- a) диверсификация, активная экспансия
- b) обработка рынка, глубокое внедрение
- c) развитие товара, разработка нового товара
- d) развитие рынка, расширение границ рынка
- e) обработка рынка, разработка нового товара

Задание №28

Какой тип маркетинговой стратегии относят к базовым?

Выберите правильный ответ.

- a) лидерство по издержкам
- b) расширение
- c) стратегия интернационализации
- d) стратегия интенсивного роста
- e) стратегия корпорации

Задание №29

Какая составляющая НЕ входит в структуру маркетинговой стратегии?

Выберите правильный ответ.

- a) бизнес-процессы
- b) продукт
- c) цена
- d) продвижение
- e) дистрибуция

Задание №30

Установите правильную последовательность действий для реализации метода программно-целевого планирования.

- a) определение компонентов сформулированной задачи
- b) формулирование конкретных целей
- c) формирование механизма, позволяющего равномерно распределить ресурсы
- d) создание системы для управления процессом реализации разработанной программы
- e) контроль эффективности выполняемых мероприятий

Задание №31

Исследования какого ученого в области маркетинга привели к выводу: шанс достичь требуемого уровня рентабельности имеют прежде всего крупные предприятия с большой долей рынка, с одной стороны, и небольшие специализированные предприятия – с другой?

Выберите правильный ответ.

- a) М.Портер
- b) Ф.Котлер
- c) С.Годин
- d) Д.Огилви
- e) Н.Патель

Задание №32

Какой технический прием НЕ используют для проверки надежности исследования?

Выберите правильный ответ.

- a) SWOT-анализ
- b) повторное исследование на том же массиве
- c) проверка с помощью другой методики
- d) корреляция результатов в различных подвыборках
- e) консистентный анализ

Задание №33

Какой метод оценки устойчивости маркетинговых измерений предполагает дублирование задаваемых вопросов респонденту через определенный промежуток времени?

Выберите правильный ответ.

- a) повторное тестирование

- b) определение грубых ошибок
- c) разделение выборки на части
- d) включение эквивалентных вопросов
- e) использование параллельных данных

Задание №34

Как называется взаимно однозначное отображение конечного упорядоченного множества символов, принадлежащих некоторому конечному алфавиту, на иное, не обязательно упорядоченное, как правило более обширное множество символов для кодирования передачи, хранения или преобразования информации?

Запишите правильный ответ одним словом (им.сущ., ед.ч.).

Правильный ответ: _____

Задание №35

Какой вид анализа информации выявляет скрытые, внешне ненаблюдаемые признаки объектов?

Выберите правильный ответ.

- a) латентный
- b) корреляционный
- c) факторный
- d) регрессивный
- e) системный

Задание №36

Какая задача информации на основе возможностей искусственного интеллекта занимается поиском закономерностей между несколькими событиями, которые происходят одновременно, например: 65 % купивших кукурузные чипсы берут также и «кока-колу», а при наличии скидки за такой комплект «колу» приобретают в 85 % случаев?

Выберите правильный ответ.

- a) ассоциация
- b) кластеризация
- c) последовательность
- d) классификация
- e) прогнозирование

Задание №37

На каком этапе маркетингового исследования проводят сбор и первичный контроль данных?

Выберите правильный ответ.

- a) полевые работы
- b) подготовка отчета
- c) подготовка и анализ данных
- d) разработка подхода к решению задачи
- e) постановка задачи

Задание №38

Как называют метод исследования, в ходе которого довольно большая группа людей (до 100-400 человек) в специальном помещении тестирует определенный товар и/или его элементы (упаковку, рекламный ролик и т. п.), а затем отвечает на вопросы (заполняет анкету), касающиеся данного товара?

Выберите правильный ответ.

- a) Hall-test

- b) Home-test
- c) Mystery Shopping
- d) Secret Shopping
- e) Undercover Performance Evaluations

Задание №39

Какой метод статистической обработки маркетинговых данных основан на статистическом анализе результатов выборочных исследований и направлен на оценку параметров совокупности в целом?

Выберите правильный ответ.

- a) выводной анализ
- b) дескриптивный анализ
- c) анализ различий
- d) анализ связей
- e) предсказательный анализ

Задание №40

Установите соответствие метода кластерного анализа (левый столбец) и его описание (правый столбец). Каждый ответ правого столбца может быть использован один раз или не использован совсем.

«Метод кластерного анализа»		«Описание метода»	
a	Метод одиночной связи	1	Алгоритм начинается с поиска двух наиболее близких объектов, пара которых образует первичный кластер. Каждый последующий объект присоединяется к тому кластеру, к одному из объектов которого он ближе
b	Метод полной связи	2	Правило объединения этого метода подразумевает, что новый объект присоединяется к тому кластеру, самый далекий элемент которого находится ближе к новому объекту, чем самые далекие элементы других кластеров.
c	Метод средней связи	3	На каждом шаге вычисляется среднее арифметическое расстояние между каждым объектом из одного кластера и каждым объектом из другого кластера
d	Взвешенное попарное среднее	4	При вычислениях размер соответствующих кластеров (т.е. число объектов, содержащихся в них) используется в качестве весового коэффициента. Предлагаемый метод должен быть использован, когда предполагаются неравные размеры кластеров
e	Нет соответствия	5	Насстояние между двумя кластерами определяется как расстояние между их центрами тяжести
		6	Алгоритм начинается с поиска двух наиболее близких объектов, пара которых образует первичный кластер. Каждый последующий объект присоединяется к тому кластеру, к одному из объектов которого он ближе

11. Критерии оценки (ключи к заданиям), правила обработки результатов теоретического этапа профессионального экзамена и принятия решения о допуске (отказе в допуске) к практическому этапу профессионального экзамена:

№ задания	Правильные варианты ответа, модельные ответы и (или) критерии оценки	Вес или баллы, начисляемые за правильно выполненное задание
№1		1
№2		1
№3		1
№4		1
№5		1
№6		1
№7		1
№8		1
№9		1
№10		1
№11		1
№12		1
№13		1
№14		1
№15		1
№16		1
№17		1
№18		1
№19		1
№20		1
№21		1
№22		1
№23		1
№24		1
№25		1
№26		1
№27		1
№28		1
№29		1
№30		1
№31		1
№32		1
№33		1
№34		1
№35		1
№36		1
№37		1
№38		1
№39		1
№40		1

Вариант соискателя содержит 40 заданий. Баллы, полученные за правильно выполненные задания, суммируются.

Максимальное количество баллов – 40.

Решение о допуске к практическому этапу экзамена принимается при условии достижения набранной суммы баллов 30 и более.

12. Задания для практического этапа профессионального экзамена.

ЗАДАНИЕ №1 НА ВЫПОЛНЕНИЕ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ, ТРУДОВЫХ ДЕЙСТВИЙ В МОДЕЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности

Умение: Использовать методы экспертных оценок для выявления сильных и слабых сторон организации, оценки эффективности

Задание:

Вы пришли на предприятие устраиваться на должность директора по маркетингу и рекламе. Для выполнения первоочередных задач, поставленных менеджментом компании, Вам необходимо:

- 1) для анализа, оценки текущей ситуации и формирования маркетинговой стратегии сопоставить показатели эффективности с учетом внутреннего положения предприятия и внешней ситуации,
- 2) разработать интегрированные показатели эффективности маркетинговой деятельности по направлениям:
 - развитие бренда,
 - маркетинговая информационная среда, развитие товарной политики,
 - операционная маркетинговая деятельность по организации продаж,
- 3) оценить (рассчитать) экономическую эффективность управления брендом предприятия на основании предоставленных показателей.

При выполнении задания допускается пользоваться компьютером и интернетом.

Максимальное время выполнения задания: 120 мин.

- **рабочее место в аудитории**, оборудованной мебелью (стул, стол), персональный компьютер, подключенный к сети интернет;

- **предметы и средства труда:**

- таблица экономических показателей предприятия пищевой (перерабатывающей) промышленности

- **средства индивидуальной защиты:**

- не предусмотрено

- **справочная информация:**

- Методические рекомендации МР 2.3.7.0168-20 Оценка качества пищевой продукции и оценка доступа населения к отечественной пищевой продукции, способствующей устранению дефицита макро- и микронутриентов

Критерии оценки:

а) предложена группа показателей оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия пищевой промышленности с учетом внутреннего положения и внешней ситуации (не менее 12) с учетом поставленной задачи

б) предложены интегрированные показатели эффективности маркетинговой деятельности по четырём направлениям оценки,

в) на основании экономических показателей проведен корректный расчет эффективности управления брендом компании

ЗАДАНИЕ №2 НА ВЫПОЛНЕНИЕ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ, ТРУДОВЫХ ДЕЙСТВИЙ В МОДЕЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности

ТД: Разработка организационной структуры маркетинговой информационной системы организации в области пищевой и перерабатывающей промышленности

Задание:

Соберите, оформите и представьте портфолио работ и документов, подтверждающее опыт создания маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности, соответствующий квалификации Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (7-й уровень квалификации).

Требование к структуре и оформлению портфолио.

Структура портфолио:

1. Титульный лист (ФИО, квалификация).
2. Перечень документов и материалов портфолио.
3. Документы, демонстрирующие результаты и эффективность профессиональной деятельности (планы-графики мероприятий, грамоты, благодарственные письма, отзывы, характеристики, рекомендации, собственные разработки, фото- и видео-материалы, статьи в СМИ, ссылки на интернет издания) за период до 5 лет.

Требования к оформлению портфолио:

1. Титульный лист, перечень документов и материалов, представляемых в портфолио, оформляются в соответствии с образцами в виде текста (шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал полуторный).
2. Общий объем портфолио зависит от количества представленных в нем документов и материалов.
3. Документы представляются в копиях, заверенных соответствующим образом, материалы подписываются самим соискателем.
4. Фотографии, рисунки, схемы, таблицы подписываются. Количество фотоматериалов должно быть не более 10.
5. Документы, содержащие подписи и печати, сканируются в формате JPG или PDF, отсканированный текст должен быть представлен в масштабе 1:1 и читаться без затруднений.
6. Видеоматериалы, иллюстрирующие профессиональную деятельность, представляются на флеш-карте, который вкладывается в отдельный файл, содержащий сопроводительную записку с пояснением содержания.
7. Подготовленные документы и материалы по каждому из показателей вкладываются в отдельные файлы и подшиваются в папку-скоросшиватель. Набор документов по каждому из показателей предваряется разделительным листом, включающим в себя номер и наименование показателя.
8. Все страницы портфолио нумеруются, нумерация начинается с первого листа, номер на титульной странице не ставится.
9. Информация в портфолио не по теме задания не рассматривается и не учитывается.
10. Соискатель гарантирует достоверность предоставляемых сведений. В случае выявления предоставления недостоверной информации все результаты профессионального экзамена аннулируются без права пересдачи.

Типовые вопросы для собеседования по материалам портфолио:

1. В какой период и при каких условиях вы принимали участие в создании маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности?
2. В чем заключался ваше персональное участие в этом проекте?
3. Что стало результатом проекта?

Максимальное время выполнения задания: 30 мин.

Место выполнения задания – аудитория (кабинет), оборудованная рабочим местом:

Условия выполнения задания:

- **предметы и средства труда:**
 - не предусмотрено
- **средства индивидуальной защиты:**
 - не предусмотрено
- **справочная информация:**
 - заранее подготовленное портфолио

Критерии оценки:

- а) представлена информация, подтверждающая опыт создания маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности
- б) информация имеет наглядную визуализацию, подтверждает достоверность личного участия соискателя в работе
- в) ответы на типовые вопросы корректные и аргументированные

13. Правила обработки результатов профессионального экзамена и принятия решения о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации.

При несоответствии одному или нескольким критериям оценки выполнения заданий, повторное прохождение экзамена допускается не ранее, чем через один месяц со дня первой попытки.

Положительное решение о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (7-й уровень квалификации) принимается при выполнении всех критериев оценки по теоретическому и практическому этапам профессионального экзамена.

14. Перечень нормативных, правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств:

- ГОСТ Р ИСО 20252-2014 ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ. СЛОВАРЬ И СЕРВИСНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
- ГОСТ Р 58537-2019 Управление продукцией. Основные положения
- ГОСТ Р 51304-2022 УСЛУГИ ТОРГОВЛИ/ Общие требования
- ГОСТ Р 51303-2013 ТОРГОВЛЯ. Термины и определения
- ГОСТ Р ИСО 3534-1-2019 Статистические методы. СЛОВАРЬ И УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

- ГОСТ Р 50779.12-2021 Статистические методы. Статистический контроль качества. Методы случайного отбора выборок штучной продукции
- ГОСТ Р 53114-2008 Защита информации. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ. Основные термины и определения
- ГОСТ Р ИСО/МЭК 27002-2021 Информационные технологии. МЕТОДЫ И СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ. Свод норм и правил применения мер обеспечения информационной безопасности
- Методические рекомендации МР 2.3.7.0168-20 Оценка качества пищевой продукции и оценка доступа населения к отечественной пищевой продукции, способствующей устранению дефицита макро- и микронутриентов
- ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции
- Приказ Минтруд России от 01.11.2016г. № 601н «Об утверждении Положения о разработке оценочных средств для проведения независимой оценки квалификации»

Комплект материалов для экзаменатора
(заполняется членом экзаменационной комиссии на каждого соискателя)

Соискатель (ФИО): _____

Квалификация: Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (7 уровень квалификации)

Дата профессионального экзамена: _____

1. Результаты теоретического этапа экзамена

Максимальная сумма баллов	Проходная сумма баллов	Фактическая сумма баллов
40	30	

Решение: _____
(допустить/ не допустить до практического этапа экзамена)

2. Результаты практического этапа экзамена

2.1. Задание №1. Выполнение трудовых функций (действий) в модельных условиях.

Время выполнения – 120 минут.

ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности

Умение: Использовать методы экспертных оценок для выявления сильных и слабых сторон организации, оценки эффективности

Задание:

Вы пришли на предприятие устраиваться на должность директора по маркетингу и рекламе. Для выполнения первоочередных задач, поставленных менеджментом компании, Вам необходимо:

- 1) для анализа, оценки текущей ситуации и формирования маркетинговой стратегии сопоставить показатели эффективности с учетом внутреннего положения предприятия и внешней ситуации,
- 2) разработать интегрированные показатели эффективности маркетинговой деятельности по направлениям:
 - развитие бренда,
 - маркетинговая информационная среда,
 - развитие товарной политики,
 - операционная маркетинговая деятельность по организации продаж,
- 3) оценить (рассчитать) экономическую эффективность управления брендом предприятия на основании предоставленных показателей.

Критерий оценки	Контрольная информация	Решение (соответствует/ не соответствует)
а) предложена группа показателей оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия пищевой промышленности	В табличной форме может быть предложена группа показателей в рамках: - оценочные перспективы (внутренние и внешние) - текущие и конечные показатели).	

<p>с учетом внутреннего положения и внешней ситуации (не менее 12) с учетом поставленной задачи</p>	<p>Показатели внутренние и текущие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Брак товаров - Несвоевременные отгрузки - Дебиторская задолженность - <p>Оборачиваемость запасов</p> <p>Показатели внутренние и конечные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Чистая прибыль/доход, - Рентабельность продаж, - Маржа на единицу продукции - Рентабельность активов - Оборачиваемость активов <p>Показатели внешние и текущие</p> <ul style="list-style-type: none"> - Удовлетворенность потребителей - Качество продукта - Лояльность - Осведомленность о товаре <p>Показатели внешние и конечные</p> <ul style="list-style-type: none"> - Доля рынка - Сохранение клиентов - Сравнительные продажи новых продуктов - Выручка на одного клиента - Темп роста рынка <p>Соискатель может предложить иной набор показателей, но отвечающий заданным в задании условия</p>	
<p>б) предложены интегрированные показатели эффективности маркетинговой деятельности по четырём направлениям оценки</p>	<p>По направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие бренда (Показатели прироста стоимости бренда в сравнении с затратами на его развитие) - маркетинговая информационная среда (Показатели эффективности развития и прозрачности маркетинговых информационных потоков), - развитие товарной политики (Финансовые показатели и натуральные показатели продуктов) - операционная маркетинговая деятельность по организации продаж (Затраты, которые несет организация для привлечения новых и удержания существующих клиентов, и их соотношение Доля затрат на операционный маркетинг в средней жизненной ценности клиента) 	
<p>в) на основании экономических показателей проведен корректный расчет эффективности управления брендом компании</p>	<p>Для расчет необходимы показатели стоимость бренда на момент его создания и в текущем периоде, затраты на его развитие, а после этого рассчитывается эффективность в %</p>	
<p>Общее решение по заданию (положительное/ отрицательное)</p>		

2.2. Задание №2. Защита портфолио. Время выполнения – 30 минут.

ТФ С/01.7 Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности

ТД: Разработка организационной структуры маркетинговой информационной системы организации в области пищевой и перерабатывающей промышленности

Задание:

Соберите, оформите и представьте портфолио работ и документов, подтверждающая опыт создания маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности

, соответствующий квалификации Менеджер в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (7-й уровень квалификации).

Критерий оценки	Контрольная информация	Решение (соответствует/ не соответствует)
а) представлена информация, подтверждающая опыт создания маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности	Соискатель называет необходимую информацию без запинок, основная цель вопроса – выяснить факт реального опыта	
б) информация имеет наглядную визуализацию, подтверждает достоверность личного участия соискателя в работе	Соискатель называет даты, участников работы, основная цель вопроса – выяснить факт реального опыта	
в) ответы на типовые вопросы корректные и аргументированные	Ответы на типовые вопросы подтверждают компетенцию соискателя по вопросам темы портфолио	
Модельные ответы на типовые вопросы для собеседования		
Вопрос	Ответ	
В какой период и при каких условиях вы принимали участие в создании маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности?	Соискатель дает детализированные ответы с учетом представленного опыта	

В чем заключался ваше персональное участие в этом проекте?	Соискатель может назвать функции по разработке проекта маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений в области пищевой и перерабатывающей промышленности и т.д.
Что стало результатом проекта?	Соискатель может назвать конкретные результаты с экономическими и организационными обоснованиями т.д.
Общее решение по заданию (положительное/ отрицательное)	

Итоговое заключение члена экзаменационной комиссии:

Рекомендации члена экзаменационной комиссии:

Член экзаменационной комиссии (ФИО) _____

« ____ » _____ 20__ года