



**ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА**  
для оценки квалификации  
**«Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и  
перерабатывающей промышленности (6-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:

Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (6-й уровень квалификации)

2. Номер квалификации: 22.00800.02

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
<b>В/01.6 Разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации</b>		
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 №1
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 №2
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 №3, 4
Знание: Методы формирования выборки для проведения маркетингового исследования товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №5, 6
Знание: Методы оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №7, 8
Знание: Система базовых понятий маркетинговых исследований в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с открытым ответом №9 Задание с выбором

		ответа №10, 11
Знание: Методы поисковых исследований (анализа вторичных данных) и качественных маркетинговых исследований (фокус-группы, углубленные интервью и проективные технологии)	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №12
Знание: Методы описательных исследований на основе разных исследовательских дизайнов в составе маркетинговых исследований	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №13
Знание: Принципы разработки и выбора маркетинговых шкал в зависимости от ситуации и принципы построения интегральных шкал в процессе проведения маркетинговых исследований	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №14, 15
Знание: Принципы построения выборки при проведении маркетингового исследования	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №16
Знание: Факторы маркетинговой микросреды и макросреды для целей маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №17, 18
Знание: Методика проведения наблюдения за поведением целевых потребителей организаций пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №19, 20
Знание: Методы связи с целевой аудиторией маркетингового исследования для нужд организаций пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №21
Знание: Методика проведения опроса целевых потребителей, экспертов в области товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №22, 23
В/02.6 Формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений		
Знание: Показатели, характеризующие надежность и достоверность маркетинговой информации, методики их оценки	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №24, 25, 26
Знание: Процесс кодирования данных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №27, 28
Знание: Классификация маркетинговых исследований по назначению, по схеме организации, по методам проведения	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №29
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 №30, 31
Знание: Статистические методы обработки маркетинговой информации	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа

		№32
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 №33, 34
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 №35
Знание: Детерминированные методы исследования операций (линейное и нелинейное программирование) для поиска оптимальных решений в условиях большого числа взаимосвязанных переменных	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №36, 37
Знание: Метод программно-целевого планирования	Правильное решение задания – 1 балл	Задание с выбором ответа №38
Знание: Показатели, характеризующие надежность и достоверность маркетинговой информации, методики их оценки	Правильное решение задания – 1 балл	Задание на установление последовательности №39 Задание с выбором ответа №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: 38 заданий в тесте (38 - в примере оценочного средства);
- из них количество заданий с открытым ответом: 1 задание в тесте (1 - в примере оценочного средства);
- из них количество заданий на установление соответствия: 0 заданий в тесте (0 - 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
<p>ТФ В/01.6 Разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации</p> <p>ТД: Разработка опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности</p>	<p>а) тема опроса определена в соответствии с поставленной задачей и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20</p> <p>Оценка качества пищевой продукции и оценка доступа населения к отечественной пищевой продукции, способствующей устранению дефицита макро- и микронутриентов (далее - Методические рекомендации МР 2.3.7.0168-20)</p> <p>б) сформулировано не менее 5 вопросов для анкеты потребителей в соответствии с темой опроса и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20</p> <p>в) корректно выбрана шкала для ответов респондентов</p>	<p>Задание №1</p> <p>Выполнение трудовых действий в модельных условиях</p>
<p>ТФ В/02.6 Формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений</p> <p>ТД: Анализ и прогнозирование рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности</p>	<p>а) представлена информация, подтверждающая опыт выполнения анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности</p> <p>б) информация имеет наглядную визуализацию, подтверждает достоверность личного участия соискателя в работе</p> <p>в) ответы на типовые вопросы корректные и аргументированные</p>	<p>Задание №2</p> <p>Защита портфолио</p>

## 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:

- не предусмотрено

- **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

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

Какой источник информации относится к первичным?

Выберите правильный ответ.

- a) результаты экспериментального исследования
- b) периодические печатные издания
- c) электронные средства массовой информации
- d) словари и энциклопедии
- e) наружная реклама

Задание №2

Какой фактор НЕ определяет спрос на продукты питания?

Выберите правильный ответ.

- a) квалификация покупателя
- b) цена товара
- c) денежный доход покупателя
- d) потребительский вкус
- e) религиозные обычаи

Задание №3

На каком уровне детализации материально-вещественной формы товара при классификации рынка выделяют продукты питания?

Выберите правильный ответ.

- a) общегрупповой
- b) видовой
- c) кластерный
- d) предметный
- e) базовый

Задание №4

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

Выберите правильный ответ.

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

Задание №5

Как называют группу людей или объектов, которые идентичны между собой по определенным критериям и формируют объект/предмет в определенном маркетинговом исследовании?

Выберите правильный ответ.

- a) генеральная совокупность
- b) элементы совокупности
- c) выборочная совокупность
- d) единица выборки
- e) рамка выборки

Задание №6

При каком способе построения выборка основана на субъективных суждениях, и исследователь не знает, насколько она репрезентативна?

Выберите правильный ответ.

- a) детерминированная выборка
- b) случайная выборка
- c) повторная выборка
- d) выборка с традиционным подходом
- e) выборка с Байесовым подходом

Задание №7

Какой метод оценки инвестиционных проектов относят к статическим?

Выберите правильный ответ.

- a) метод учетной нормы прибыли
- b) метод чистой приведенной стоимости
- c) метод внутренней нормы доходности
- d) метод модифицированной внутренней нормы доходности
- e) метод индекса рентабельности

Задание №8

Какой аббревиатурой обозначают метод оценки инвестиционных проектов - Метод дисконтированного срока окупаемости?

Выберите правильный ответ.

- a) DPP
- b) IRR
- c) MIRR
- d) PI
- e) NPV

Задание №9

Как называют документ, включающий в себя все ключевые задачи маркетингового исследования и информацию, которая нужна маркетологу для подготовки?

Напишите ответ одним словом (им.сущ. в ед.ч.)

Правильный ответ: \_\_\_\_\_

Задание №10

Какой вид маркетингового исследования проводится с целью сбора предварительной информации, необходимой для более полного определения проблем и выдвигаемых предположений и предшествует всем другим видам исследования?

Выберите правильный ответ.

- a) разведочное
- b) прикладное
- c) описательное
- d) каузальный
- e) экспериментальное

Задание №11

Как называется человек, опрашиваемый в рамках маркетингового исследования?

Выберите правильный ответ.

- a) респондент
- b) рекрут
- c) драйвер
- d) интервьюер
- e) модератор

Задание №12

Какой метод поискового исследования представляет собой личное собеседование, одновременно проводимое с небольшим количеством людей и направленное на обсуждение определённой проблемы?

Выберите правильный ответ.

- a) фокус-группа
- b) экспертный опрос
- c) опрос
- d) анализ избранных случаев
- e) обзор опыта

Задание №13

Ответ на какой вопрос НЕ даёт описательное исследование?

Выберите правильный ответ.

- a) почему?
- b) когда?
- c) как?
- d) что?
- e) где?

Задание №14

Какая шкала представляет собой неупорядоченную шкалу наименований?

Выберите правильный ответ.

- a) номинальная
- b) порядковая
- c) интервальная
- d) пропорциональная
- e) относительная

Задание №15

Пример какой шкалы изображен на рисунке?

Высказывания	Полностью согласен			Абсолютно не согласен	
	5	4	3	2	1
Реклама марки А информативна					
Реклама вызывает улыбку					

Выберите правильный ответ.

- a) шкала Лайкерта
- b) непрерывная рейтинговая шкала
- c) семантический дифференциал
- d) шкала Стэпела
- e) интервальная шкала

Задание №16

При каком методе выборки отбор респондентов осуществляется по самым общим признакам, задаваемым исследователем интервьюерам в виде не очень строгого задания?

Выберите правильный ответ.

- a) поверхностный
- b) произвольный
- c) «Воронка»
- d) «Концентрация»
- e) «Снежный ком»

Задание №17

Что является элементом макросреды?

Выберите правильный ответ.

- a) экономические факторы
- b) контактные аудитории
- c) конкуренты
- d) посредники
- e) потребители

Задание №18

Какой фактор маркетинговой среды относится к микросреде?

Выберите правильный ответ.

- a) контактные аудитории
- b) демографические условия
- c) экономические условия
- d) научно-технические факторы
- e) природные условия

Задание №19

Какую возможность предприятиям пищевой и перерабатывающей промышленности при анализе поведения потребителей дает определение степени информированности целевой аудитории о продукции?

Выберите правильный ответ.

- a) формирование представления о лояльности бренду
- b) точный портрет целевой аудитории
- c) сегментирование целевой аудитории
- d) позиционирование товаров
- e) поиск маркетинговых инструментов

Задание №20

Какая модель поведенческой реакции потребителей возникает там, где предложение со стороны бизнеса является ограниченным, а спрос на товар – высокий?

Выберите правильный ответ.

- a) неуверенное поведение
- b) привычное поведение
- c) сложное поведение
- d) поисковое поведение
- e) агрессивное поведение

Задание №21

От чего зависит выбор эффективного канала связи с аудиторией для проведения маркетингового исследования?

Выберите правильный ответ.

- a) от особенностей аудитории

- b) от финансовых возможностей
- c) от сроков проведения исследования
- d) от специализации маркетологов
- e) от направления и целей исследования

Задание №22

Какой способ НЕ применяют для опроса целевой аудитории потребителей товарного рынка?

Выберите правильный ответ.

- a) эксперимент
- b) email-рассылка
- c) социальные сети
- d) анкетирование в торговых точках
- e) интервью

Задание №23

Какой аббревиатурой обозначают интернет-опрос?

Выберите правильный ответ.

- a) SAWI
- b) SATI
- c) PAPI
- d) SAPI
- e) PATI

Задание №24

Какой метод НЕ используют для идентификации пищевой продукции?

Выберите правильный ответ.

- a) метод экспертных оценок
- b) по наименованию
- c) визуальный метод
- d) органолептический метод
- e) аналитический метод

Задание №25

Кто устанавливает срок годности и условия хранения пищевой продукции?

Выберите правильный ответ.

- a) производитель
- b) покупатель
- c) продавец
- d) Роспотребнадзор
- e) ГОСТ

Задание №26

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 №27

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 №28

Какой уровень погрешности определяет достоверность результатов исследования, как повышенную?

Выберите правильный ответ.

- a) до 5%
- b) до 1%
- c) до 10 %
- d) до 15%
- e) до 20%

Задание №29

Как называют символ кодирования информации?

Выберите правильный ответ.

- a) бит
- b) байт
- c) код
- d) символ
- e) знак

Задание №30

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 №31

Как определяют маркетинговое исследование, которое оплачивается группой заказчиков?  
Выберите правильный ответ.

- a) омнибусное исследование
- b) инициативное исследование
- c) периодическое исследование
- d) одноразовое исследование
- e) полевое исследование

Задание №32

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 №33

При каком методе статистической обработки информации проводят анализа данных для определения зависимости одной переменной от одной или нескольких независимых переменных?

Выберите правильный ответ.

- a) регрессионный анализ
- b) вариационный анализ
- c) дисперсионный метод
- d) факторный анализ
- e) кластерный анализ

Задание №34

Какой коэффициент корреляции показывает наличие линейной зависимости между двумя величинами?

Выберите правильный ответ.

- a) коэффициент корреляции Пирсона
- b) коэффициент корреляции Спирмена
- c) коэффициент корреляции Крамера
- d) коэффициент корреляции Фи
- e) коэффициент корреляции Шульмана

Задание №35

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 №36

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 №37

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 №38

Какое программирование

основано на решении системы уравнений и неравенств при функциональной зависимости рассматриваемых процессов, при котором сформулированная функция цели позволяет выбрать из большого числа альтернативных вариантов лучший, оптимальный?

Выберите правильный ответ.

- a) линейное
- b) нелинейное
- c) дискретное
- d) динамическое
- e) целевое

Задание №39

Установите 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 №40

Какие методы применяются для реализации планов?

Выберите правильный ответ.

- a) директивные и индикативные
- b) эвристические и экономико-математические
- c) прямые и косвенные
- d) целевые и контрольные
- e) простые и комплексные



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 В/01.6 Разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации

ТД: Разработка опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности

**Задание:**

Определите тему опросу в рамках содержания Методических рекомендаций МР 2.3.7.0168-20, сформулируйте не менее пяти тематических вопроса анкеты и выберите шкалу для ответов респондентов

При выполнении задания допускается пользоваться компьютером и интернетом.

Максимальное время выполнения задания: 60 мин.

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

- не предусмотрено

- **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) тема опроса определена в соответствии с поставленной задачей и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20 Оценка качества пищевой продукции и оценка доступа населения к отечественной пищевой продукции, способствующей устранению дефицита макро- и микронутриентов (далее - Методические рекомендации МР 2.3.7.0168-20)

б) сформулировано не менее 5 вопросов для анкеты потребителей в соответствии с темой опроса и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20

в) корректно выбрана шкала для ответов респондентов

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

ТФ В/02.6 Формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений

ТД: Анализ и прогнозирование рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности

**Задание:**

Соберите, оформите и представьте портфолио работ и документов, подтверждающая опыт выполнения анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности, соответствующий квалификации Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (6-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 выполнении анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области 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 выполнения анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области 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 Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (6-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: Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (6 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 – 60 минут.

ТФ В/01.6 Разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации

ТД: Разработка опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности

**Задание:**

Определите тему опросу в рамках содержания Методических рекомендаций МР

2.3.7.0168-20, сформулируйте не менее пяти тематических вопроса анкеты и выберите шкалу для ответов респондентов

При выполнении задания допускается пользоваться компьютером и интернетом.

Критерий оценки	Контрольная информация	Решение (соответствует/ не соответствует)
а) тема опроса определена в соответствии с поставленной задачей и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20	Тема опроса может относиться как в оценке качества конкретной продукции или его доступности для потребителей	
б) сформулировано не менее 5 вопросов для анкеты потребителей в соответствии с темой опроса и Методическими рекомендациями МР 2.3.7.0168-20	Для формулировок вопросов могут быть использованы раздел IV, VI Методических рекомендаций МР 2.3.7.0168-20, а также приложения Методических рекомендаций МР 2.3.7.0168-20 Задание носит творческий характер.	
в) корректно выбрана	Шкала может быть выбрана с учетом	

шкала для ответов респондентов	темы опроса и/или сформулированных запросов. Это могут быть: - шкала Лайкерта, - Семантическая дифференциальная шкала, - Шкала Стэпела	
Общее решение по заданию (положительное/ отрицательное)		

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

ТФ В/02.6 Формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений

ТД: Анализ и прогнозирование рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности

**Задание:**

Соберите, оформите и представьте портфолио работ и документов, подтверждающая опыт выполнения анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности, соответствующий квалификации Аналитик в области маркетинговых исследований в пищевой и перерабатывающей промышленности (6-й уровень квалификации).

Критерий оценки	Контрольная информация	Решение (соответствует/ не соответствует)
а) представлена информация, подтверждающая опыт выполнения анализа и прогнозирования рынков инновационных технологий производства и хранения продукции в области 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 выполнении анализа и прогнозирования рынков	Соискатель дает детализированные ответы с учетом представленного опыта	

инновационных технологий производства и хранения продукции в области пищевой и перерабатывающей промышленности?	
В чем заключался ваше персональное участие в этом проекте?	Соискатель может назвать функции по подготовки и проведения анализа и прогнозирования рынков 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