

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинговые исследования рынка строительных материалов»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-27: Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования рынка строительных материалов».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка строительных материалов» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	<i>Не зачтено</i>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1. Задание на анализ информации из вторичных источников, для оценки имеющихся на рынке предложений по закупаемым предприятием ресурсам.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.3 Анализирует информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций и оборудования и определяет порядок отбора поставщиков закупаемых ресурсов

Проанализируйте информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций (Алтайский край, железобетон).

На сайте «Центр электронных торгов B2B-Center» <https://www.b2b-center.ru/> зайдите в раздел «Заказчикам, Каталог поставщиков», после чего сделайте выборку поставщиков железобетона в Алтайском крае. Обобщив основные данные фирм (наименование, реквизиты, производитель или продавец, номенклатура продукции, цены), сделайте вывод об имеющихся на данном рынке предложениях. Оформите в виде краткой аналитической записки.

2.Задание на анализ информации из вторичных источников, для определения основных игроков на рынке необходимых предприятию ресурсов.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.3 Анализирует информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций и оборудования и определяет порядок отбора поставщиков закупаемых ресурсов

Проанализируйте информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций (Российская Федерация, утеплитель / тепло- и звукоизоляционные материалы).

На сайте «Поставщики.ру» <https://www.postavshhiki.ru/> зайдите в раздел «Поставщики, Строительные и отделочные материалы», после чего выберите категорию продукции в соответствии с заданием, пользуясь опцией «Расширенный поиск». Выполните поиск российских компаний – производителей данного вида продукции и выберите из них 4 – 5 с наиболее высоким рейтингом. По информации сайта: основные данные фирмы, рейтинг на сайте, предлагаемой продукции, ценах на неё, - проведите анализ и сделайте вывод об имеющихся на данном рынке крупных игроках. Отчёт оформите в виде краткой аналитической записки.

3.Задание на определение порядка отбора поставщиков закупаемых предприятием ресурсов.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.3 Анализирует информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций и оборудования и определяет порядок отбора поставщиков закупаемых ресурсов

По данным внутренней отчетности предприятия о результатах работы за первые два месяца года, произведите оценку поставщиков 1 и 2 по критерию цены, для принятия решения о продлении договорных отношений с одним из них, путем расчета средневзвешенного темпа роста цен на поставляемые ими товары.

Таблица Динамика цен на поставляемую продукцию

Поставщик	Месяц	Товар	Объем поставки ед./мес.	Цена за единицу, р.
1	Январь	А	2000	10
	Январь	В	1000	5
2	Январь	А	9000	9
	Январь	В	6000	4
1	Февраль	А	1200	11
	Февраль	В	1200	6
2	Февраль	А	7000	10
	Февраль	В	10000	6

Принять во внимание, что товары А и В не требуют бесперебойного пополнения.

4.Задание анализ и обработку маркетинговой информации и на определение порядка отбора поставщиков закупаемых предприятием ресурсов.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.3 Анализирует информацию о наличии на рынке предложений по поставкам строительных материалов, изделий, конструкций и оборудования и определяет порядок отбора поставщиков закупаемых ресурсов
	ПК-27.7 Проводит сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности

При имиджевом анализе возможного поставщика технологического оборудования для нового бетоносмесительного цеха завода ЖБИ, после сбора и обработки информации, стало известно следующее.

Коэффициент удержания клиентов в компании «БСО» равен 65 %. Каждый клиент приносит предприятию прибыль минимум 500 тыс.руб., максимум 17000 тыс.руб. ежегодно при ставке дисконтирования 15 %.

Каков будет показатель CLV (Customer Lifetime Value) – пожизненная ценность клиента на период 10 лет для компании «БСО» и как это повлияет на ее имидж?

5.Задание на выбор источников для сбора маркетинговой информации.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.7 Проводит сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности

Для эффективной организации и планирования производственной деятельности маркетологам и менеджерам предприятия требуется разнообразная информация. Выбор того или иного источника информации зависит от целей, поставленных в конкретном маркетинговом исследовании. Обычно маркетинговую информацию подразделяют на первичную и вторичную.

Укажите, что относится к достоинствам первичной информации, отметив характеристику знаком «X».

- быстрота получения
- сбор в соответствии с точно поставленной целью
- известна и контролируется методология сбора
- известна надежность
- дешевизна
- результаты доступны для компании и могут ограждаться от конкурентов
- возможность сопоставления нескольких источников

6.Задание на анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.7 Проводит сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности

Товар, попав на рынок, живет своей особой жизнью, называемой «жизненный цикл товара». Жизненный цикл товара состоит из нескольких этапов или стадий:

1. Исследование и разработка (идеи, замыслы, эскизный проект);
2. Внедрение (первое поступление в продажу, доработка товара);
3. Рост (рост объемов продаж, максимизация прибыли);
4. Зрелость (выпуск крупными партиями с повышенным качеством, высокая конкуренция, поиск новых рынков сбыта);
5. Спад (уход товара с рынка).

Проведите анализ жизненного цикла такого строительного материала, как керамзит. Обобщите и впишите в таблицу основные характеристики этапов развития этого товара (за исключением этапа Исследование и разработка).

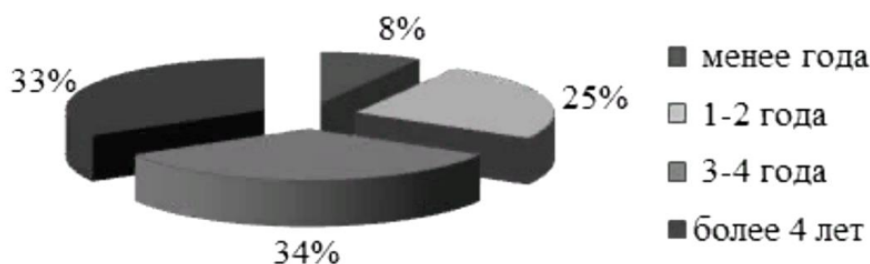
Таблица Характеристики этапов развития товара - керамзит

Этапы жизненного цикла			
Внедрение	Рост	Зрелость	Спад

7.Задание на анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.7 Проводит сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности

Предприятие, производящее и реализующее химические добавки в бетон провело опрос среди своих потребителей. Данные о длительности сотрудничества клиентов с фирмой представлены на круговой диаграмме.



Проанализируйте и обобщите полученные данные с целью выявить, как работа с клиентами влияет или может повлиять на длительность их сотрудничества с фирмой?

8.Задание на сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-27 Способность планировать и организовывать работу производственного подразделения предприятия по производству строительных материалов, изделий и конструкций	ПК-27.7 Проводит сбор, обработку, анализ и обобщение маркетинговой информации для эффективной организации и планирования производственной деятельности

Проведите анализ предложенной ситуации и для сбора, обработки, анализа и обобщения информации разработайте схему проведения маркетингового исследования.

Ситуация:

компания - разработчик химических добавок в бетон хочет создать новую противоморозную добавку.

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.