Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Удмуртский государственный университет"



**Педагогический анализ / мониторинг**

**результатов Федерального интернет-экзамена  
в сфере профессионального образования**

**Дисциплина «Маркетинг»**

**гуманитарного, социального и экономического цикла** **ФГОС ВО**

**март – июль 2018**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

*Для обновления содержания нажмите на слове* ***здесь*** *правой кнопкой мыши и выберите пункт меню "Обновить поле"*

# Введение

Проект «Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования» (ФЭПО) является одной из широко востребованных вузами и ссузами объективных процедур оценки качества подготовки студентов и учащихся. В условиях модернизации образования и внедрения в образовательный процесс федеральных государственных образовательных стандартов в проекте ФЭПО реализована технология независимой оценки результатов обучения студентов на основе компетентностного подхода.

В рамках компетентностного подхода проекта ФЭПО предложены новая уровневая модель педагогических измерительных материалов и модель оценки результатов обучения студентов.

Представленный в данной книге педагогический анализ/мониторинг по результатам ФЭПО в рамках компетентностного подхода предназначен ***для заведующих кафедрами, профессорско-преподавательского состава образовательной организации*** и отражает информацию о результатах тестирования по дисциплине студентов, обучающихся по различным направлениям подготовки, реализующим федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС).

В отчете представлены результаты тестирования по дисциплинам, имеющим одинаковую обобщенную структуру содержания ПИМ, представленную под основным названием дисциплины – «Маркетинг».

***В первом разделе*** отражены количественные показатели участия в ФЭПО по дисциплине «Маркетинг» гуманитарного, социального и экономического цикла (ГСЭ) ФГОС ВО.

***Во втором разделе*** приведена модель оценки результатов обучения, используемая в рамках компетентностного подхода ФЭПО, и представлены результаты тестирования по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО студентов данной образовательной организации и вузов-участников.

***В третьем разделе*** показана структура содержания педагогических измерительных материалов по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО, и проведен анализ результатов тестирования по данным структурам студентов различных направлений подготовки.

***Четвертый раздел*** содержит информацию о проектах Интернет-тестирования в сфере образования НИИ мониторинга качества образования.

В приложениях описаны модель педагогических измерительных материалов, характеристика уровней обученности (результатов обучения) по дисциплине «Маркетинг» гуманитарного, социального и экономического цикла ФГОС ВО, а также формы представления результатов тестирования, используемые в данном отчете.

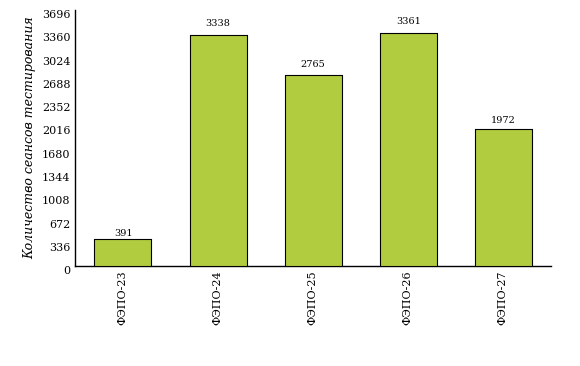
# Показатели участия в ФЭПО-23 – ФЭПО-27 по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО

## Количественные показатели участия студентов вузов-участников

Количество сеансов тестирования по дисциплине «Маркетинг»[[1]](#footnote-1) цикла ГСЭ ФГОС ВО студентов вузов-участников, принявших участие в ФЭПО-23 – ФЭПО-27, отражено на диаграмме (рисунок 1.1) и в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Количественные показатели участия в ФЭПО

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Период проведения** | **Этап** | **Количество вузов-участников** | **Количество сеансов тестирования** |
| март –  июль 2016 | ФЭПО-23 | 7 | 391 |
| октябрь 2016 –  февраль 2017 | ФЭПО-24 | 65 | 3338 |
| март –  июль 2017 | ФЭПО-25 | 71 | 2765 |
| октябрь 2017 –  февраль 2018 | ФЭПО-26 | 61 | 3361 |
| март –  июль 2018 | ФЭПО-27 | 54 | 1972 |

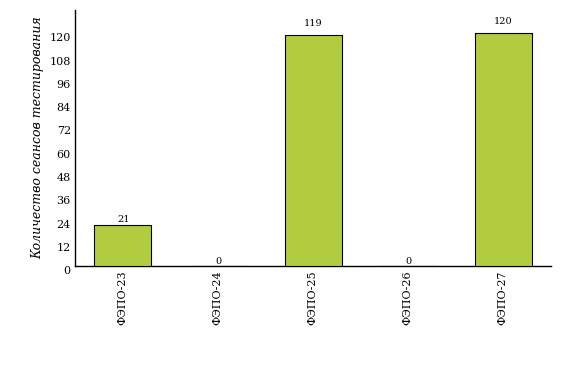
  
Рисунок 1.1 – Динамика сеансов тестирования студентов вузов-участников  
по дисциплине «Маркетинг»

## Количественные показатели участия студентов вуза

Количество сеансов тестирования по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО студентов вуза, принявших участие в ФЭПО-23 – ФЭПО-27, отражено на диаграмме (рисунок 1.2) и в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Количественные показатели участия в ФЭПО студентов вуза

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Период проведения** | **Этап** | **Количество направлений подготовки** | **Количество сеансов тестирования** |
| март –  июль 2016 | ФЭПО-23 | 1 | 21 |
| октябрь 2016 –  февраль 2017 | ФЭПО-24 | 0 | 0 |
| март –  июль 2017 | ФЭПО-25 | 3 | 119 |
| октябрь 2017 –  февраль 2018 | ФЭПО-26 | 0 | 0 |
| март –  июль 2018 | ФЭПО-27 | 5 | 120 |

  
Рисунок 1.2 – Динамика сеансов тестирования   
по дисциплине «Маркетинг» студентов вуза

# Результаты обучения студентов по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО

## ФЭПО: модель оценки результатов обучения

В рамках компетентностного подхода ФЭПО используется модель оценки результатов обучения, в основу которой положена методология В. П. Беспалько об уровнях усвоения знаний и постепенном восхождении обучающихся по образовательным траекториям (рисунок 2.1).

Рисунок 2.1 – Принципы восхождения по методологии В. П. Беспалько



Выделены следующие *уровни* результатов обучения студентов.

**Первый уровень.** Результаты обучения студентов свидетельствуют об усвоении ими некоторых элементарных знаний основных вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности показывают, что студенты не овладели необходимой системой знаний по дисциплине.

**Второй уровень.** Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студенты обладают необходимой системой знаний и владеют некоторыми умениями по дисциплине. Студенты способны понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач.

**Третий уровень.** Студенты продемонстрировали результаты на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине. Студенты способны анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

**Четвертый уровень.** Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решения в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Достигнутый уровень оценки результатов обучения студентов по дисциплине является основой дляформирования общекультурных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС.

Для студента достигнутый уровень обученности определяется по результатам выполнения всего ПИМ в соответствии с алгоритмом, приведенным в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Алгоритм определения достигнутого уровня обученности для студента

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Объект оценки** | **Показатель оценки результатов обучения студента** | **Уровень обученности (уровень результатов обучения)** |
| Студент | **Менее 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1, 2 и 3** | Первый |
| **Не менее 70%** баллов задания **блока 1**  и **меньше 70%** баллов за задания **каждого из блоков 2 и 3**  или  **Не менее 70%** баллов задания **блока 2**  и **меньше 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1 и 3**  или  **Не менее 70%** баллов задания **блока 3**  и **меньше 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1 и 2** | Второй |
| **Не менее 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1 и 2**  и **меньше 70%** баллов за задания **блока 3**  или  **Не менее 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1 и 3**  и **меньше 70%** баллов за задания **блока 2**  или  **Не менее 70%** баллов за задания **каждого из блоков 2 и 3**  и **меньше 70%** баллов за задания **блока 1** | Третий |
| **Не менее 70%** баллов за задания **каждого из блоков 1, 2 и 3** | Четвертый |

Показатели и критерии оценки результатов обучения для студента и для выборки студентов направления подготовки на основе предложенной модели представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Показатели и критерии оценки результатов обучения

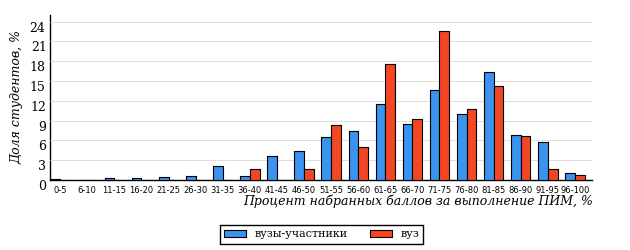
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Объект оценки** | **Показатель оценки результатов обучения** | **Критерий оценки результатов обучения** |
| Студент | Достигнутый уровень результатов обучения | Уровень обученности **не ниже второго** |
| Выборка студентов направления подготовки | Процент студентов на уровне обученности не ниже второго | **60%** студентов на уровне обученности **не ниже второго** |

## Результаты тестирования студентов вуза и вузов-участников по итогам ФЭПО-27

В разделе представлена информация о результатах тестирования студентов по двум показателям:

* ***доля студентов по проценту набранных баллов за выполнение ПИМ*** позволяет провести экспресс-оценку результатов тестирования;
* ***доля студентов на уровне обученности не ниже второго*** позволяет провести более глубокий анализ результатов обучения в соответствии с предложенной моделью.

Результаты тестирования студентов вуза и вузов-участников по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО по показателю «Доля студентов по проценту набранных баллов за выполнение ПИМ» представлены на рисунке 2.2.

  
Рисунок 2.2 – Распределение результатов тестирования студентов вуза  
с наложением на общий результат вузов-участников по данной дисциплине

Распределение результатов тестирования по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО студентов вуза и вузов-участников по показателю «Доля студентов на уровне обученности не ниже второго» в соответствии с предложенной моделью оценки результатов обучения показано на рисунке 2.3.

**9%**

**22%**

**44%**

**25%**

**91%**

**98%**



**2%**

**26%**

**49%**

**23%**

|  |  |
| --- | --- |
| вуз | вузы-участники |

Рисунок 2.3 – Диаграмма распределения результатов тестирования студентов

Как видно из рисунка 2.3, по дисциплине «Маркетинг» доля студентов вуза на уровне обученности не ниже второго составляет **98%**, а доля студентов вузов-участников на уровне обученности не ниже второго – **91%**.

На диаграмме (рисунок 2.4) представлено распределение студентов вуза по уровням обученности в соответствии с процентом набранных баллов по результатам выполнения ПИМ по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО.

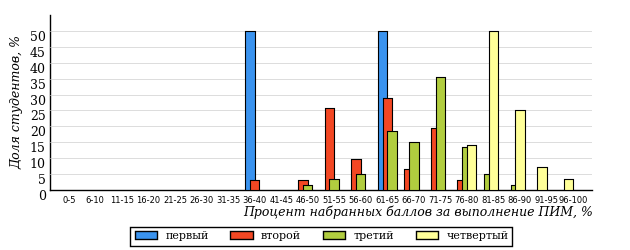
  
Рисунок 2.4 – Распределение результатов тестирования студентов вуза  
по уровню обученности в соответствии с процентом набранных баллов за выполнение ПИМ

  
Рисунок 2.5 – Распределение результатов тестирования студентов вузов-участников  
по уровню обученности в соответствии с процентом набранных баллов за выполнение ПИМ

Диаграммы (рисунки 2.4 и 2.5) позволяют провести экспресс-оценку результатов тестирования студентов вуза по дисциплине «Маркетинг»: сопоставить набранные баллы за выполнение ПИМ с уровнем обученности, а также провести сравнение результатов тестирования студентов вуза с результатами по данным показателям вузов-участников.

На оси абсцисс показан процент набранных баллов за выполнение ПИМ по дисциплине «Маркетинг» и выделена интервальная шкала по данному показателю: [0%; 50%), [50%; 70%), [70%; 90%), [90%; 100%]. Столбцы различного цвета указывают на долю студентов, находящихся соответственно на первом, втором, третьем и четвертом уровнях обученности.

**ПРИМЕЧАНИЕ:**

Предложенная шкала носит рекомендательный характер и может быть использована как дополнение к построению общего рейтинга результатов тестирования по дисциплине.

В таблице 2.3 представлены результаты обучения студентов вуза и вузов-участников по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО. Для выборки студентов вуза по отдельным направлениям подготовки указан процент студентов на каждом из уровней обученности, и приведен процент студентов на уровне обученности не ниже второго.

Таблица 2.3 – Результаты обучения студентов вуза по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО (ФЭПО-27)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Шифр направления подготовки** | **Наименование направления подготовки** | **Вуз** | | | | | | **Выполнение критерия** |
| **Коли-чество студентов** | **Процент студентов, находящих на уровне обученности** | | | | **Процент студентов на уровне обученности не ниже второго** |
| **первый** | **второй** | **третий** | **четвер-тый** |
| 38.03.01 | Экономика | 40 | 2% | 25% | 55% | 18% | 98% | + |
| 38.03.02 | Менеджмент | 12 | 0% | 42% | 58% | 0% | 100% | + |
| 38.03.03 | Управление персоналом | 29 | 0% | 4% | 55% | 41% | 100% | + |
| 38.03.04 | Государственное и муниципальное управление | 22 | 0% | 41% | 45% | 14% | 100% | + |
| 38.03.05 | Бизнес-информатика | 17 | 6% | 35% | 24% | 35% | 94% | + |

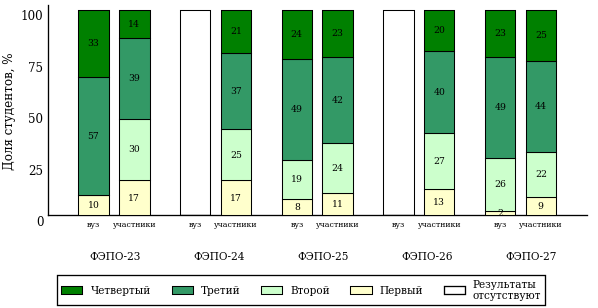
**ПРИМЕЧАНИЕ:**

В таблице красным цветом выделена доля студентов на уровне обученности не ниже второго, составляющая меньше 60%.

Знаком «\*» отмечены результаты для выборки студентов менее 10 человек.

## Мониторинг результатов тестирования студентов вуза и вузов-участников

На диаграмме (рисунок 2.6) показано распределение студентов вуза и вузов-участников по уровням обученности по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО.

  
Рисунок 2.6 – Диаграмма распределения студентов вуза и вузов-участников  
по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов вуза на уровне обученности не ниже второго составляет 90% (ФЭПО-23), 92% (ФЭПО-25) и 98% (ФЭПО-27), а процент студентов вузов-участников – 83% (ФЭПО-23), 83% (ФЭПО-24), 89% (ФЭПО-25), 87% (ФЭПО-26) и 91% (ФЭПО-27) соответственно.

# Содержательный анализ результатов тестирования студентов по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО

## Конструирование структуры содержания педагогических измерительных материалов по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО

В рамках компетентностного подхода ФЭПО реализован конструктор содержания ПИМ, позволяющий преподавателю сформировать структуру ПИМ на основе выбранного объема трудоемкости путем включения/исключения отдельных тем и модулей дисциплины, либо воспользоваться предложенной «жесткой» структурой ПИМ.

Обобщенная структура содержания ПИМ включает расширенное количество тем и разделов дисциплины ***«Маркетинг»*** с целью предоставления преподавателям возможности выбора и самостоятельного конструирования ПИМ, исходя из особенностей рабочей программы, реализуемой в вузе по данной дисциплине. Данная обобщенная структура содержания ПИМ позволяет сконструировать ПИМ также и по дисциплинам ***«Маркетинг», «Основы маркетинга»***.

**ПРИМЕЧАНИЕ:**

Темы и модули «жесткой» структуры в обобщенной структуре содержания ПИМ отмечены знаком «\*».

Обобщенная структура содержания педагогических измерительных  
материалов по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО  
*(объем трудоемкости – не меньше 2 кредитов)*

***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ***

Тема 1\*. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства

Тема 2\*. Эволюция концепций маркетинга

Тема 3\*. Функции маркетинга

Тема 4\*. Виды и задачи маркетинга

Тема 5\*. Внешняя среда маркетинга

Тема 6. Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора

Тема 7\*. Классификация и сущность видов маркетинговых исследований

Тема 8\*. Сегментирование рынка

Тема 9\*. Товар в системе комплекса маркетинга

Тема 10\*. Цена в системе комплекса маркетинга

Тема 11\*. Система товародвижения

Тема 12\*. Маркетинговые коммуникации

Тема 13\*. Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии

Тема 14\*. Планирование и контроль в маркетинге

Тема 15\*. Бюджет маркетинга

Тема 16\*. Организация службы маркетинга

Тема 17. Международный маркетинг

Тема 18. Интернет-маркетинг

Тема 19. Маркетинг услуг

Тема 20. Маркетинг и общество

***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ***

Модуль 1\*. Понятие и сущность маркетинга

Модуль 2\*. Понятие и сущность маркетинга

Модуль 3\*. Маркетинговые исследования

Модуль 4\*. Маркетинговые исследования

Модуль 5\*. Комплекс маркетинга

Модуль 6\*. Комплекс маркетинга

Модуль 7\*. Управление маркетингом

Модуль 8\*. Управление маркетингом

Модуль 9. Области применения маркетинга

Модуль 10. Области применения маркетинга

***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ***

Количество кейс-заданий: 3

## Структура содержания и анализ результатов тестирования студентов по отдельным направлениям подготовки

* + 1. Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

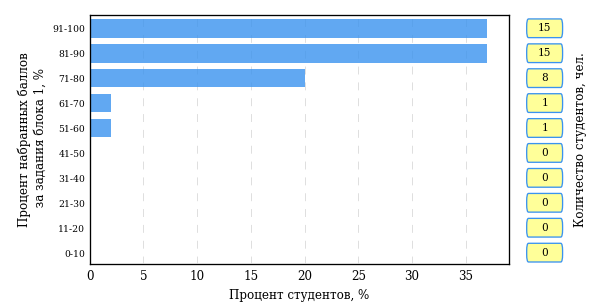
Группы: ОПБ-38.03.01.01а-21, ОПБ-38.03.01.02а-21, ОПБ-38.03.01-05а-21

В таблице 3.1 представлена структура ПИМ по дисциплине «Маркетинг» для студентов вуза по направлению подготовки «Экономика» (группы ОПБ-38.03.01.01а-21, ОПБ-38.03.01.02а-21, ОПБ-38.03.01-05а-21).

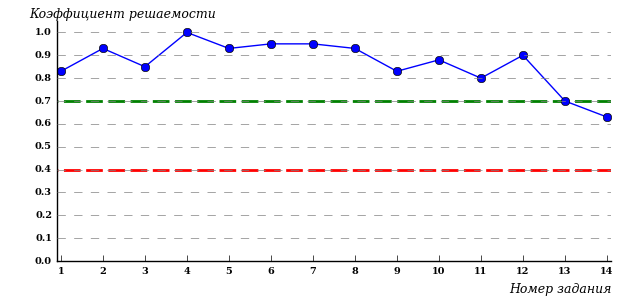
Таблица 3.1 – Структура содержания ПИМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание ПИМ** | **Номер задания ПИМ** |
| ***Объем трудоемкости:*** не меньше 2 кредитов | |
| ***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ*** | |
| Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства | 1 |
| Эволюция концепций маркетинга | 2 |
| Функции маркетинга | 3 |
| Виды и задачи маркетинга | 4 |
| Внешняя среда маркетинга | 5 |
| Классификация и сущность видов маркетинговых исследований | 6 |
| Сегментирование рынка | 7 |
| Товар в системе комплекса маркетинга | 8 |
| Цена в системе комплекса маркетинга | 9 |
| Система товародвижения | 10 |
| Маркетинговые коммуникации | 11 |
| Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии | 12 |
| Бюджет маркетинга | 13 |
| Организация службы маркетинга | 14 |
| ***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ*** | |
| Понятие и сущность маркетинга | 15 |
| Понятие и сущность маркетинга | 16 |
| Маркетинговые исследования | 17 |
| Маркетинговые исследования | 18 |
| Комплекс маркетинга | 19 |
| Комплекс маркетинга | 20 |
| Управление маркетингом | 21 |
| Управление маркетингом | 22 |
| ***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ*** | |
| Кейс 1 | |
| Подзадача 1 | 23.1 |
| Подзадача 2 | 23.2 |
| Подзадача 3 | 23.3 |
| Кейс 2 | |
| Подзадача 1 | 24.1 |
| Подзадача 2 | 24.2 |
| Подзадача 3 | 24.3 |
| Кейс 3 | |
| Подзадача 1 | 25.1 |
| Подзадача 2 | 25.2 |
| Подзадача 3 | 25.3 |

Распределение студентов по итогам выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.1).

  
Рисунок 3.1 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

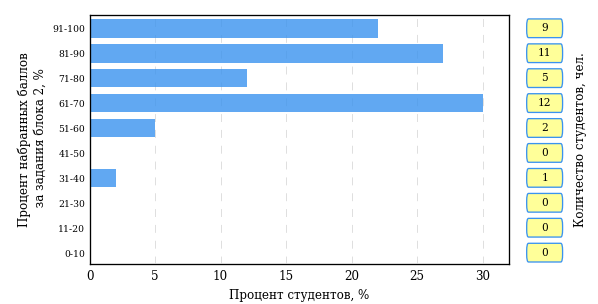
На рисунке 3.2 представлена карта коэффициентов решаемости заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг».

  
Рисунок 3.2 – Карта коэффициентов решаемости заданий по темам блока 1  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

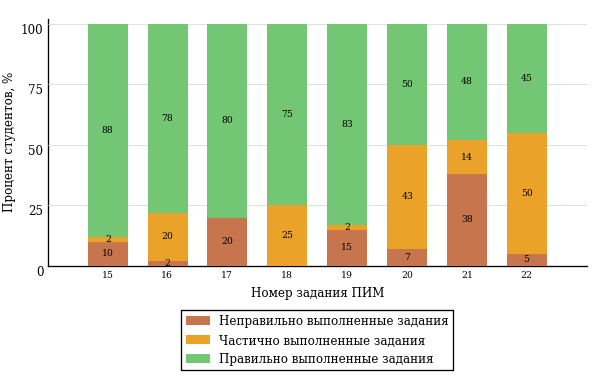
Карта коэффициентов решаемости заданий показывает, что студенты данной выборки

выполнили **на высоком** уровне все задания.

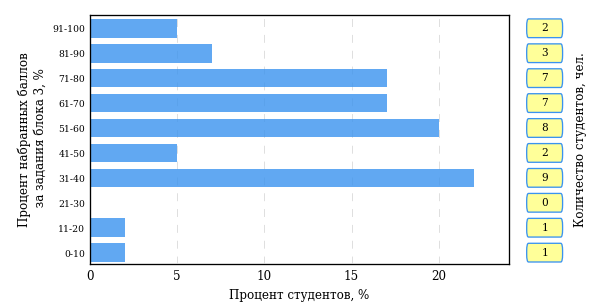
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.3).

  
Рисунок 3.3 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

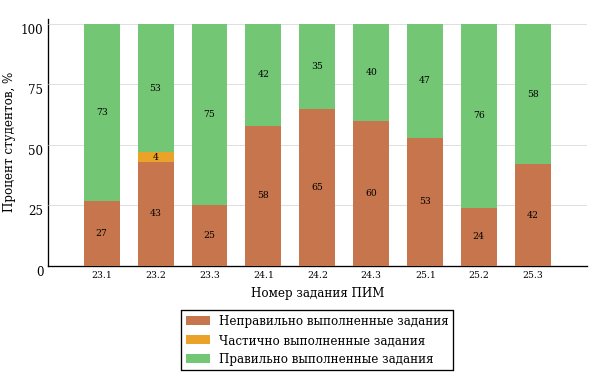
На рисунке 3.4 отображены результаты выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.4 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 2  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

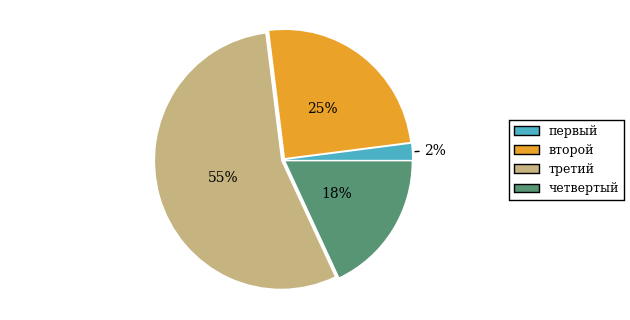
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.5).

  
Рисунок 3.5 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

На рисунке 3.6 отображены результаты решения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.6 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 3  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

Распределение студентов направления подготовки «Экономика» вуза по уровням обученности на основе результатов ФЭПО-27 показано на диаграмме (рисунок 3.7).

  
Рисунок 3.7 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов направления подготовки «Экономика» вуза на уровне обученности не ниже второго (по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО) составляет 98%.

* + 1. Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

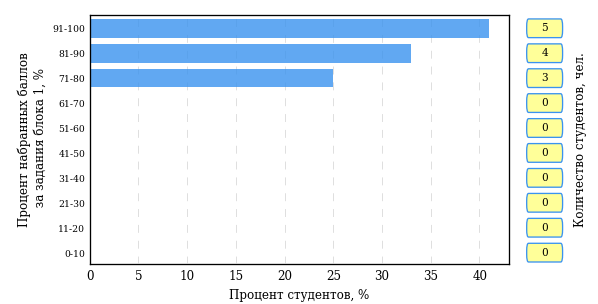
Группа: ОПБ-38.03.02.01а-21

В таблице 3.2 представлена структура ПИМ по дисциплине «Маркетинг» для студентов вуза по направлению подготовки «Менеджмент» (группа ОПБ-38.03.02.01а-21).

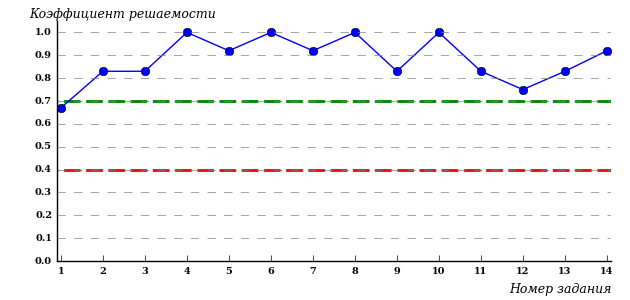
Таблица 3.2 – Структура содержания ПИМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание ПИМ** | **Номер задания ПИМ** |
| ***Объем трудоемкости:*** не меньше 2 кредитов | |
| ***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ*** | |
| Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства | 1 |
| Эволюция концепций маркетинга | 2 |
| Функции маркетинга | 3 |
| Виды и задачи маркетинга | 4 |
| Внешняя среда маркетинга | 5 |
| Классификация и сущность видов маркетинговых исследований | 6 |
| Сегментирование рынка | 7 |
| Товар в системе комплекса маркетинга | 8 |
| Цена в системе комплекса маркетинга | 9 |
| Система товародвижения | 10 |
| Маркетинговые коммуникации | 11 |
| Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии | 12 |
| Бюджет маркетинга | 13 |
| Организация службы маркетинга | 14 |
| ***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ*** | |
| Понятие и сущность маркетинга | 15 |
| Понятие и сущность маркетинга | 16 |
| Маркетинговые исследования | 17 |
| Маркетинговые исследования | 18 |
| Комплекс маркетинга | 19 |
| Комплекс маркетинга | 20 |
| Управление маркетингом | 21 |
| Управление маркетингом | 22 |
| ***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ*** | |
| Кейс 1 | |
| Подзадача 1 | 23.1 |
| Подзадача 2 | 23.2 |
| Подзадача 3 | 23.3 |
| Кейс 2 | |
| Подзадача 1 | 24.1 |
| Подзадача 2 | 24.2 |
| Подзадача 3 | 24.3 |
| Кейс 3 | |
| Подзадача 1 | 25.1 |
| Подзадача 2 | 25.2 |
| Подзадача 3 | 25.3 |

Распределение студентов по итогам выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.8).

  
Рисунок 3.8 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

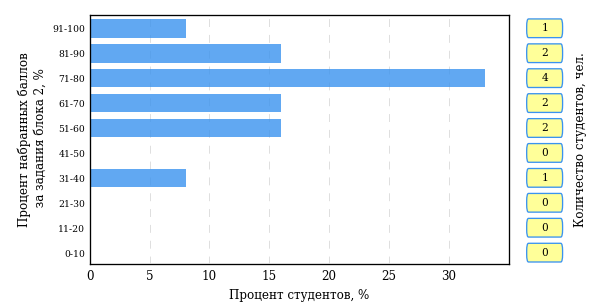
На рисунке 3.9 представлена карта коэффициентов решаемости заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг».

  
Рисунок 3.9 – Карта коэффициентов решаемости заданий по темам блока 1  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

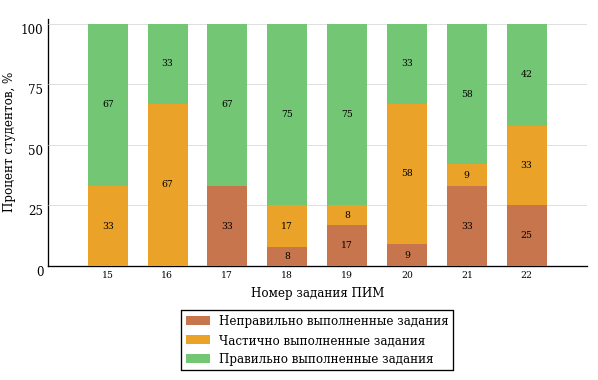
Карта коэффициентов решаемости заданий показывает, что студенты данной выборки

выполнили **на высоком** уровне все задания.

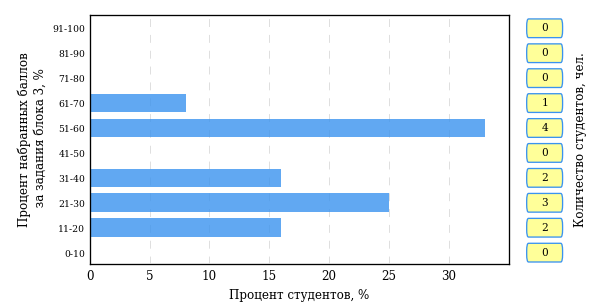
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.10).

  
Рисунок 3.10 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

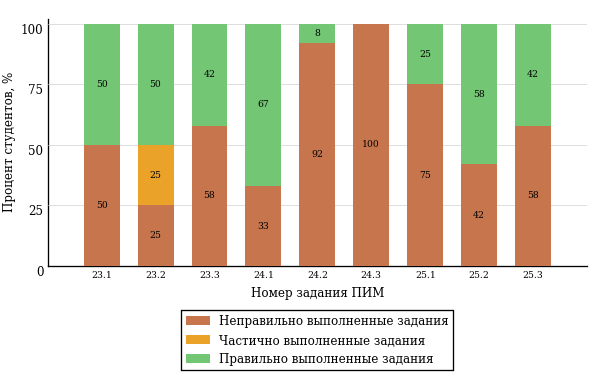
На рисунке 3.11 отображены результаты выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.11 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 2  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

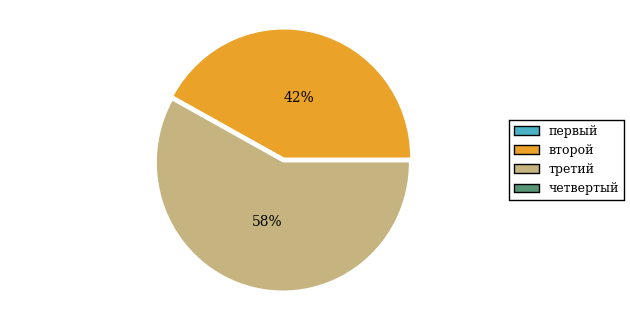
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.12).

  
Рисунок 3.12 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

На рисунке 3.13 отображены результаты решения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.13 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 3  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

Распределение студентов направления подготовки «Менеджмент» вуза по уровням обученности на основе результатов ФЭПО-27 показано на диаграмме (рисунок 3.14).

  
Рисунок 3.14 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов направления подготовки «Менеджмент» вуза на уровне обученности не ниже второго (по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО) составляет 100%.

* + 1. Направление подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»

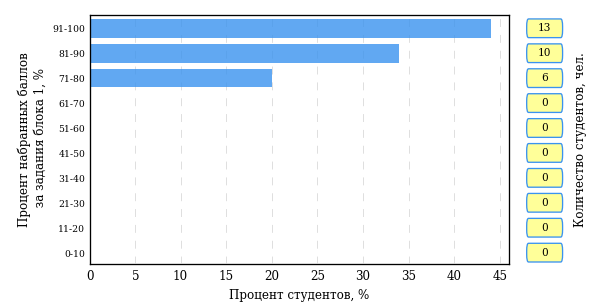
Группы: ОПБ-38.03.03.01а-21, ОПБ-38.03.03.03а-21

В таблице 3.3 представлена структура ПИМ по дисциплине «Маркетинг» для студентов вуза по направлению подготовки «Управление персоналом» (группы ОПБ-38.03.03.01а-21, ОПБ-38.03.03.03а-21).

Таблица 3.3 – Структура содержания ПИМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание ПИМ** | **Номер задания ПИМ** |
| ***Объем трудоемкости:*** не меньше 2 кредитов | |
| ***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ*** | |
| Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства | 1 |
| Эволюция концепций маркетинга | 2 |
| Функции маркетинга | 3 |
| Виды и задачи маркетинга | 4 |
| Внешняя среда маркетинга | 5 |
| Классификация и сущность видов маркетинговых исследований | 6 |
| Сегментирование рынка | 7 |
| Товар в системе комплекса маркетинга | 8 |
| Цена в системе комплекса маркетинга | 9 |
| Система товародвижения | 10 |
| Маркетинговые коммуникации | 11 |
| Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии | 12 |
| Бюджет маркетинга | 13 |
| Организация службы маркетинга | 14 |
| ***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ*** | |
| Понятие и сущность маркетинга | 15 |
| Понятие и сущность маркетинга | 16 |
| Маркетинговые исследования | 17 |
| Маркетинговые исследования | 18 |
| Комплекс маркетинга | 19 |
| Комплекс маркетинга | 20 |
| Управление маркетингом | 21 |
| Управление маркетингом | 22 |
| ***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ*** | |
| Кейс 1 | |
| Подзадача 1 | 23.1 |
| Подзадача 2 | 23.2 |
| Подзадача 3 | 23.3 |
| Кейс 2 | |
| Подзадача 1 | 24.1 |
| Подзадача 2 | 24.2 |
| Подзадача 3 | 24.3 |
| Кейс 3 | |
| Подзадача 1 | 25.1 |
| Подзадача 2 | 25.2 |
| Подзадача 3 | 25.3 |

Распределение студентов по итогам выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.15).

  
Рисунок 3.15 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

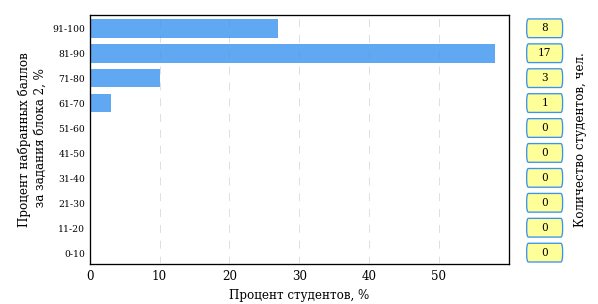
На рисунке 3.16 представлена карта коэффициентов решаемости заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг».

  
Рисунок 3.16 – Карта коэффициентов решаемости заданий по темам блока 1  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

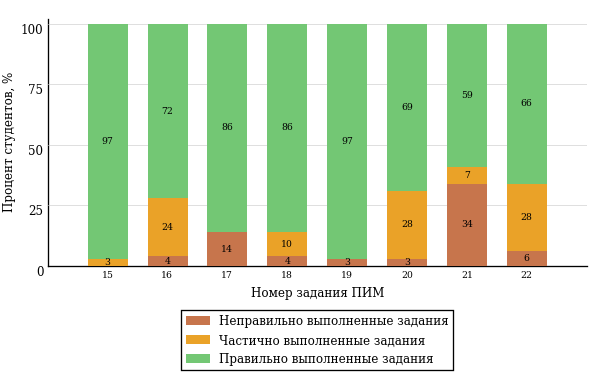
Карта коэффициентов решаемости заданий показывает, что студенты данной выборки

выполнили **на высоком** уровне все задания.

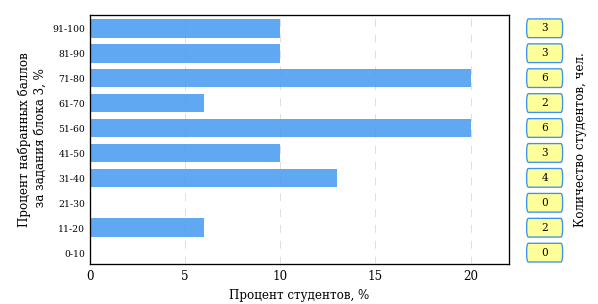
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.17).

  
Рисунок 3.17 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

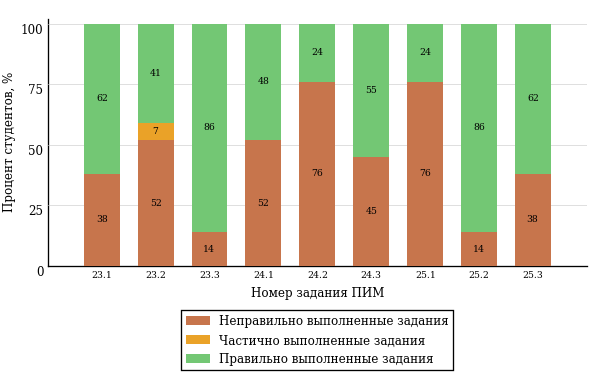
На рисунке 3.18 отображены результаты выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.18 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 2  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

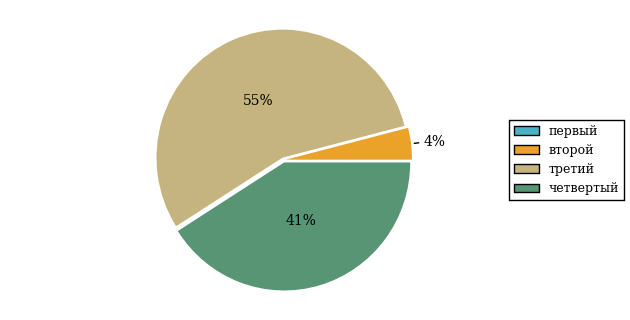
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.19).

  
Рисунок 3.19 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

На рисунке 3.20 отображены результаты решения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.20 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 3  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

Распределение студентов направления подготовки «Управление персоналом» вуза по уровням обученности на основе результатов ФЭПО-27 показано на диаграмме (рисунок 3.21).

  
Рисунок 3.21 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов направления подготовки «Управление персоналом» вуза на уровне обученности не ниже второго (по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО) составляет 100%.

* + 1. Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

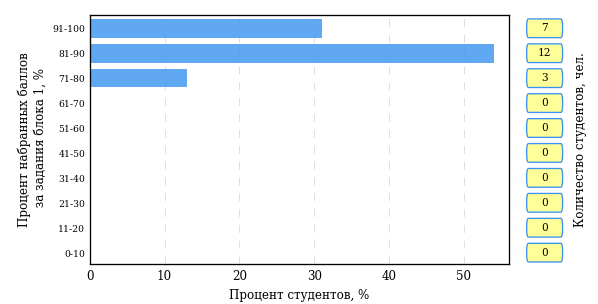
Группы: ОПБ-38.03.04.01а-21, ОПБ-38.03.04.02а-21

В таблице 3.4 представлена структура ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» для студентов вуза по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» (группы ОПБ-38.03.04.01а-21, ОПБ-38.03.04.02а-21).

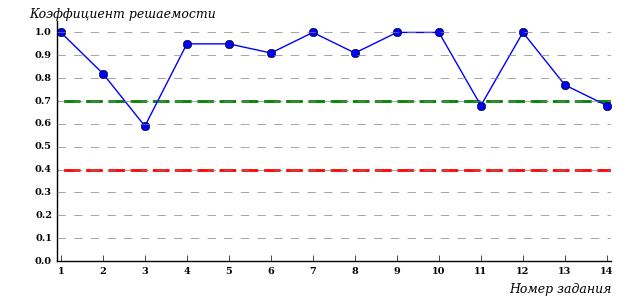
Таблица 3.4 – Структура содержания ПИМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание ПИМ** | **Номер задания ПИМ** |
| ***Объем трудоемкости:*** не меньше 2 кредитов | |
| ***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ*** | |
| Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства | 1 |
| Эволюция концепций маркетинга | 2 |
| Функции маркетинга | 3 |
| Виды и задачи маркетинга | 4 |
| Внешняя среда маркетинга | 5 |
| Классификация и сущность видов маркетинговых исследований | 6 |
| Сегментирование рынка | 7 |
| Товар в системе комплекса маркетинга | 8 |
| Цена в системе комплекса маркетинга | 9 |
| Система товародвижения | 10 |
| Маркетинговые коммуникации | 11 |
| Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии | 12 |
| Бюджет маркетинга | 13 |
| Организация службы маркетинга | 14 |
| ***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ*** | |
| Понятие и сущность маркетинга | 15 |
| Понятие и сущность маркетинга | 16 |
| Маркетинговые исследования | 17 |
| Маркетинговые исследования | 18 |
| Комплекс маркетинга | 19 |
| Комплекс маркетинга | 20 |
| Управление маркетингом | 21 |
| Управление маркетингом | 22 |
| ***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ*** | |
| Кейс 1 | |
| Подзадача 1 | 23.1 |
| Подзадача 2 | 23.2 |
| Подзадача 3 | 23.3 |
| Кейс 2 | |
| Подзадача 1 | 24.1 |
| Подзадача 2 | 24.2 |
| Подзадача 3 | 24.3 |
| Кейс 3 | |
| Подзадача 1 | 25.1 |
| Подзадача 2 | 25.2 |
| Подзадача 3 | 25.3 |

Распределение студентов по итогам выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» представлено на диаграмме (рисунок 3.22).

  
Рисунок 3.22 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

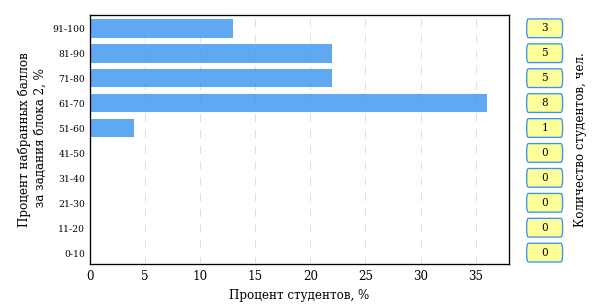
На рисунке 3.23 представлена карта коэффициентов решаемости заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга».

  
Рисунок 3.23 – Карта коэффициентов решаемости заданий по темам блока 1  
ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

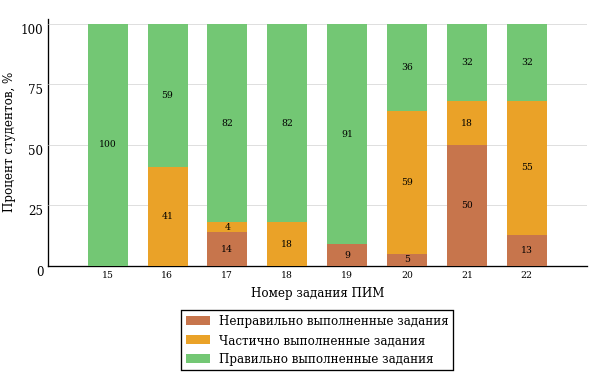
Карта коэффициентов решаемости заданий показывает, что студенты данной выборки

выполнили **на высоком** уровне все задания.

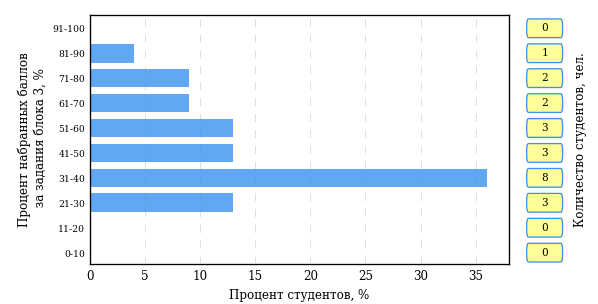
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» представлено на диаграмме (рисунок 3.24).

  
Рисунок 3.24 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

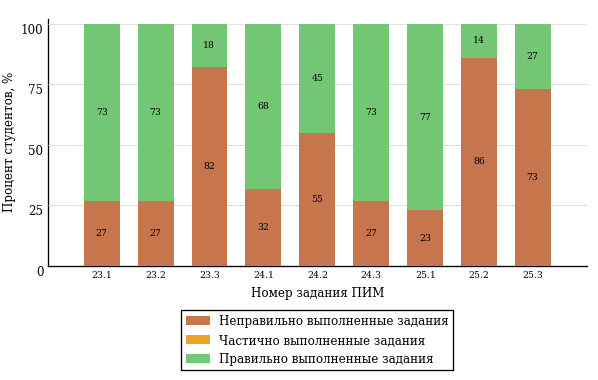
На рисунке 3.25 отображены результаты выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.25 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 2  
ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

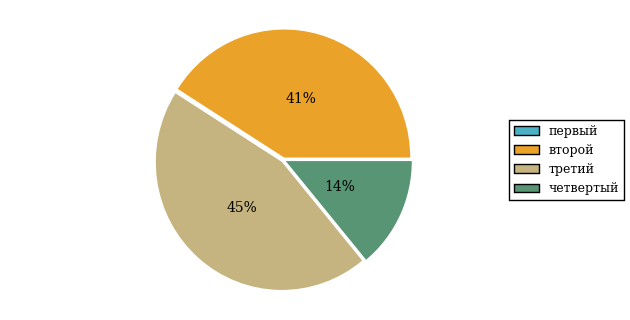
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» представлено на диаграмме (рисунок 3.26).

  
Рисунок 3.26 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

На рисунке 3.27 отображены результаты решения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.27 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 3  
ПИМ по дисциплине «Основы маркетинга»

Распределение студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» вуза по уровням обученности на основе результатов ФЭПО-27 показано на диаграмме (рисунок 3.28).

  
Рисунок 3.28 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» вуза на уровне обученности не ниже второго (по дисциплине «Основы маркетинга» цикла ГСЭ ФГОС ВО) составляет 100%.

* + 1. Направление подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»

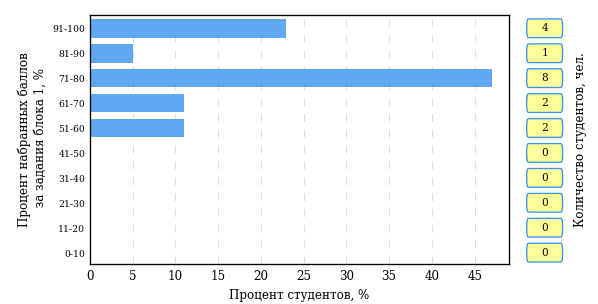
Группа: ОАБ-38.03.05.01а-21

В таблице 3.5 представлена структура ПИМ по дисциплине «Маркетинг» для студентов вуза по направлению подготовки «Бизнес-информатика» (группа ОАБ-38.03.05.01а-21).

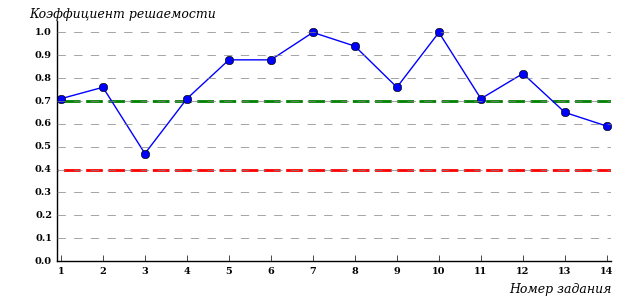
Таблица 3.5 – Структура содержания ПИМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание ПИМ** | **Номер задания ПИМ** |
| ***Объем трудоемкости:*** не меньше 2 кредитов | |
| ***Блок 1. Тематическое наполнение ПИМ*** | |
| Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства | 1 |
| Эволюция концепций маркетинга | 2 |
| Функции маркетинга | 3 |
| Виды и задачи маркетинга | 4 |
| Внешняя среда маркетинга | 5 |
| Классификация и сущность видов маркетинговых исследований | 6 |
| Сегментирование рынка | 7 |
| Товар в системе комплекса маркетинга | 8 |
| Цена в системе комплекса маркетинга | 9 |
| Система товародвижения | 10 |
| Маркетинговые коммуникации | 11 |
| Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии | 12 |
| Бюджет маркетинга | 13 |
| Организация службы маркетинга | 14 |
| ***Блок 2. Модульное наполнение ПИМ*** | |
| Понятие и сущность маркетинга | 15 |
| Понятие и сущность маркетинга | 16 |
| Маркетинговые исследования | 17 |
| Маркетинговые исследования | 18 |
| Комплекс маркетинга | 19 |
| Комплекс маркетинга | 20 |
| Управление маркетингом | 21 |
| Управление маркетингом | 22 |
| ***Блок 3. Кейс-наполнение ПИМ*** | |
| Кейс 1 | |
| Подзадача 1 | 23.1 |
| Подзадача 2 | 23.2 |
| Подзадача 3 | 23.3 |
| Кейс 2 | |
| Подзадача 1 | 24.1 |
| Подзадача 2 | 24.2 |
| Подзадача 3 | 24.3 |
| Кейс 3 | |
| Подзадача 1 | 25.1 |
| Подзадача 2 | 25.2 |
| Подзадача 3 | 25.3 |

Распределение студентов по итогам выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.29).

  
Рисунок 3.29 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

На рисунке 3.30 представлена карта коэффициентов решаемости заданий блока 1 ПИМ по дисциплине «Маркетинг».

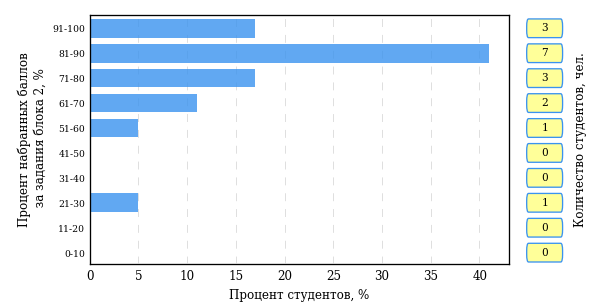
  
Рисунок 3.30 – Карта коэффициентов решаемости заданий по темам блока 1  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

Карта коэффициентов решаемости заданий показывает, что студенты данной выборки

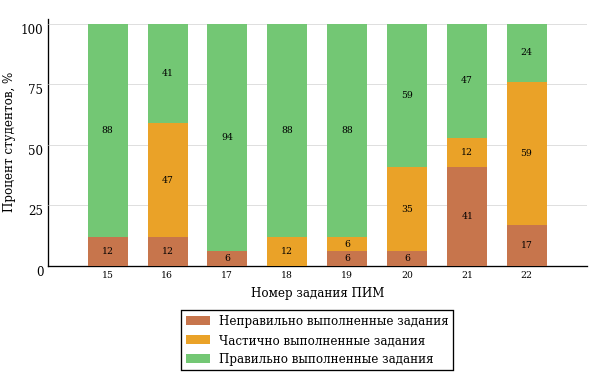
**на невысоком** уровне выполнили задания по следующим темам:

*№3* «Функции маркетинга»

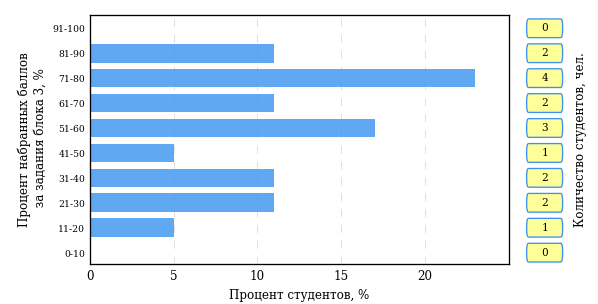
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.31).

  
Рисунок 3.31 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

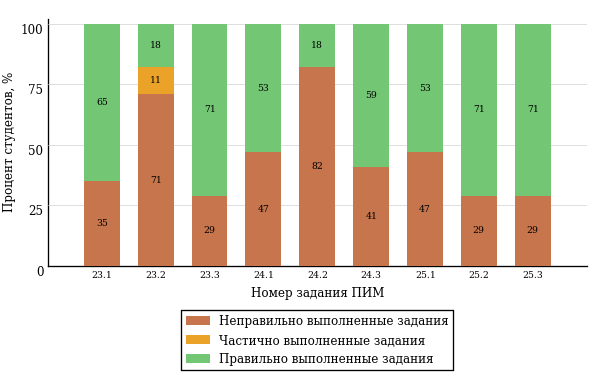
На рисунке 3.32 отображены результаты выполнения заданий блока 2 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.32 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 2  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

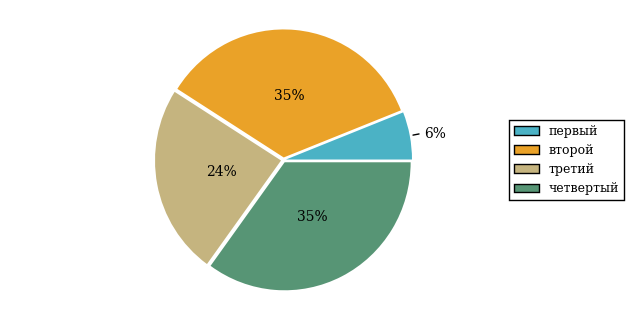
Распределение студентов по результатам выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» представлено на диаграмме (рисунок 3.33).

  
Рисунок 3.33 – Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

На рисунке 3.34 отображены результаты решения заданий блока 3 ПИМ по дисциплине «Маркетинг» выборкой студентов.

  
Рисунок 3.34 – Диаграмма результатов выполнения студентами заданий блока 3  
ПИМ по дисциплине «Маркетинг»

Распределение студентов направления подготовки «Бизнес-информатика» вуза по уровням обученности на основе результатов ФЭПО-27 показано на диаграмме (рисунок 3.35).

  
Рисунок 3.35 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов по уровням обученности

В соответствии с моделью оценки результатов обучения процент студентов направления подготовки «Бизнес-информатика» вуза на уровне обученности не ниже второго (по дисциплине «Маркетинг» цикла ГСЭ ФГОС ВО) составляет 94%.



# Проекты НИИ мониторинга качества образования



Для повышения эффективности работы образовательных организаций в области оценки и мониторинга качества образования создан единый портал интернет-тестирования в сфере образования [**www.i-exam.ru**](http://www.i-exam.ru.)**,** который объединяет известные федеральные проекты.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **«Диагностическое интернет-тестирование студентов первого курса»** позволяет оценить уровень подготовки первокурсников, прогнозировать успешность учебной деятельности студентов. |
|  | **«Интернет-тренажеры в сфере образования»** предоставляют студентам возможность самостоятельной подготовки к процедурам оценки уровня обученности, а преподавателям – возможность оценить целостность и прочность усвоения студентами учебного материала. |
|  | **«Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования (ФЭПО)»** обеспечивает возможность прохождения внешней независимой оценки результатов обучения в период промежуточной аттестации студентов  на соответствие требованиям ФГОС.  *Результаты независимой оценки качества подготовки обучающихся могут быть учтены при проведении государственной аккредитационной экспертизы,  профессионально-общественной аккредитации и в проекте «Лучшие образовательные программы инновационной России».*  ***С 1 октября 2018 года*** *в рамках ФЭПО планируется проведение тестирования студентов, обучающихся по* ***профессиям и/или специальностям СПО******на базе основного общего образования (9 классов).*** |
|  | **«Открытые международные студенческие интернет-олимпиады»** способствуют выявлению и поддержке талантливой молодежи, предоставляют студентам широкие возможности попробовать свои силы в дисциплинарных  и междисциплинарных состязаниях. |
|  | **«Федеральный интернет-экзамен для выпускников бакалавриата (ФИЭБ)» –** добровольная сертификация выпускников бакалавриата на соответствие требованиям ФГОС.  *С целью успешной подготовки студентов к ФИЭБ вузам предоставляется доступ к системе* ***«Тренажер ФИЭБ».*** |
|  | **Мастер ФОС –** новый сервис, при помощи которого вузы имеют возможность создавать и конструировать собственные фонды оценочных средств. |

**ДИАГНОСТИЧЕСКОЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕСТИРОВАНИЕ   
СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель проекта –** оценка уровня общеобразовательной подготовки первокурсников **на базе 9 и 11 классов,**  а также диагностика психологической готовности  к обучению в вузе/ссузе.  **Возможности диагностики знаний:**   * выявление «проблемных» разделов учебной программы в начале обучения; * формирование информационно-аналитического отчета по каждой из дисциплин; * проведение мониторинговых исследований  (для вузов/ссузов, неоднократно участвовавших в диагностическом тестировании).   *Тестирование студентов, проходящих обучение по****профессиям СПО*** *из перечня, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 29.10.2013 № 1199.*  **Возможности диагностики готовности:**   * изучение психологических особенностей студента  как субъекта учебно-профессиональной деятельности; * самостоятельный выбор методик диагностики определенных компонентов готовности с помощью конструктора; * предоставление образовательным организациям (ОО) интегрального отчета, отражающего сведения  о диагностике групп студентов по факультетам; * использование результатов для адаптации первокурсников к условиям обучения в вузе/ссузе, успешного развития, осуществления психолого-педагогического воздействия. | **Диагностика уровня знаний**  **10 дисциплин на базе 11 классов:**   * Английский язык * Биология * География * Информатика * История * Математика * Обществознание * Русский язык * Физика * Химия   **2 дисциплины на базе 9 классов:**   * Математика * Русский язык   **Диагностика готовности**   * диагностика мотивации учения * диагностика умственных способностей * диагностика личностных особенностей   *В проекте участву****ют***  ***134****образовательные организации высшего и****107****среднего профессионального образования из****67****регионов РФ.* |

**ИНТЕРНЕТ-ТРЕНАЖЕРЫ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель проекта** **–** целенаправленная тренировка студентов в процессе многократного решения тестовых заданий и оценка уровня обученности в рамках образовательного процесса в вузе/ссузе.  **Возможности Интернет-тренажеров:**   * выбор любого количества услуг из трех предлагаемых: * тестирование в студенческих режимах «Обучение» и «Самоконтроль»; * тестирование студентов в преподавательском режиме «Текущий контроль» по федеральному банку заданий; * предоставление доступа к модулю «Тест-Конструктор»; * конструирование структуры ПИМ; * использование справочных материалов, медиалекций; * тестирование через систему Moodle.   *Тестирование студентов, обучающихся  по* ***профессиям и/или специальностям СПО  на базе основного общего образования (9 классов).***  **МОДУЛЬ «ТЕСТ-КОНСТРУКТОР»**  **Цель модуля –** помощь ОО в разработке ПИМ, в том числе и по дисциплинам вариативной части ФГОС.  **Возможности Тест**-**Конструктора:**   * разработка тестовых заданий для конкретного направления подготовки / специальности, в том числе по дисциплинам вариативной части ФГОС; * тестирование студентов в преподавательском режиме «Текущий контроль» по ПИМ, разработанным ОО; * получение статистики по тестированию как отдельного студента, так и группы в целом; * хранение результатов тестирования в личных кабинетах преподавателей и организаторов тестирования; * выгрузка разработанного банка заданий и полученных результатов для печати. | **Режимы Интернет-тренажеров**   * **«Обучение» –** осмысление, закрепление пройденного материала по дисциплине  и совершенствование умений и навыков * **«Самоконтроль» –** самостоятельная оценка студентом уровня освоения дисциплины  и максимальное приближение к реальному контрольному тестированию * **«Текущий контроль» –** диагностика знаний студентов не только  по отдельным разделам или темам, но и по всему курсу дисциплины, позволяющая оценить целостность и прочность усвоения учебного материала   ***В проекте участвуют***  ***283****образовательные организации высшего и****202****среднего профессионального образования из****80****регионов РФ.*  **Модуль  «Тест-Конструктор»**  *Создано* ***6 146*** *банков тестовых заданий.  Программным модулем воспользовались* ***2 949*** *преподавателей  из* ***429*** *образовательных организаций.* |

**ОТКРЫТЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ  
СТУДЕНЧЕСКИЕ ИНТЕРНЕТ-ОЛИМПИАДЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель Открытых международных студенческих интернет-олимпиад** (Open International Internet-Olympiad for students) – выявление и поддержка одаренной молодежи, формирование потребности заниматься исследовательской деятельностью.  **Возможности Интернет-олимпиад:**   * оценка качества подготовки участников олимпиад на международном уровне; * информационно-аналитический отчет; * медали и дипломы победителям; * сертификаты участникам заключительных туров и благодарственные письма организаторам от базовых вузов и руководителям вуза; * учет результатов интернет-олимпиад при процедуре профессионально-общественной аккредитации и в проекте «Лучшие образовательные программы инновационной России». | **Операторами проведения Интернет-олимпиад** являются Национальный фонд поддержки инноваций в сфере образования и НИИ мониторинга качества образования.   * **Открытые международные интернет-олимпиады для студентов ВО** * **Открытые международные интернет-олимпиады для студентов СПО** * **Междисциплинарная олимпиада «Информационные технологии  в сложных системах»** |

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ЭКЗАМЕН**

**ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА (ФИЭБ)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель ФИЭБ** **–** внешняя независимая оценка качества подготовки выпускников бакалавриата.  **ФИЭБ реализуется** как **добровольная сертификация выпускников бакалавриата** на соответствие требованиям ФГОС.  **Вузы получают:**   * педагогический анализ результатов ФИЭБ, содержащий выводы об уровне сформированности профессиональных компетенций и готовности студентов к решению профессиональных задач; * **сертификат качества,** подтверждающий достойный уровень подготовки выпускников бакалавриата по реализуемым вузом направлениям подготовки. *Сертификат качества может быть учтен в ходе процедуры государственной аккредитационной экспертизы (приказ Министерства образования и науки РФ № 1385 от 9.11.2016), а также рассматривается при проведении профессионально-общественной аккредитации и участии в проекте «Лучшие образовательные программы инновационной России».*   **Студенты получают:**   * именной сертификат, который дает преимущество: * при государственной итоговой аттестации выпускников; * при поступлении в магистратуру;  * при трудоустройстве  как подтверждение  качества подготовки  выпускника; * электронный справочник  программ магистратуры  ведущих вузов России. | **Реализация ФИЭБ** осуществляется при поддержке Ассоциаций ведущих вузов РФ, Национального аккредитационного совета, объединений работодателей.  Оператор ФИЭБ –  НИИ мониторинга качества образования.  **Разработка ПИМ** ведется при поддержке Федеральных учебно-методических советов высшей школы и выпускающих кафедр ведущих вузов РФ. Материалы ФИЭБ проходят обязательную процедуру экспертизы  и сертификации.  Экзамен проводится в одно и то же время  во всех **вузах – базовых площадках** (с учетом часовых поясов).  *Для проведения  ФИЭБ-2018 в качестве базовых площадок были зарегистрированы* ***80*** *вузов из* ***53*** *регионов РФ и СНГ.*  *В экзамене приняли участие* ***6674*** *студента из****118*** *образовательных организаций.* |

**ТРЕНАЖЕР ФИЭБ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель проекта –** подготовка студентов к Федеральному интернет-экзамену для выпускников бакалавриата.  **Тренажер ФИЭБ –** система целенаправленной тренировки студентов при многократном выполнении как дисциплинарных заданий, так и междисциплинарных кейсов, разработанных в соответствии с [моделью ПИМ](http://bakalavr.i-exam.ru/node/344) ФИЭБ.    **Возможности для вуза:**   * выбор дисциплин и видов профессиональной деятельности ФГОС; * проверка готовности студентов к ФИЭБ в форме пробного экзамена; * предоставление протоколов ответов студентов  с указанием правильных/неправильных ответов; * получение рейтинг-листов по результатам тестирования.   **Возможности для студента:**   * выбор дисциплин и видов профессиональной деятельности ФГОС для самостоятельного формирования структуры ПИМ; * многократное выполнение заданий, подобных предлагаемым на экзамене; * ознакомление с текстом решения заданий; * предоставление протоколов ответов с указанием правильных/неправильных ответов. | **Режимы  Тренажера ФИЭБ:**   * **«Подготовка» –** возможность для студента ознакомиться  с правильным решением заданий * **«Самоконтроль» –** возможность  для студента самостоятельно пройти тестирование, приближенное к реальному экзамену * **«Внутренний контроль» –** возможность для вуза провести контрольное тестирование студентов, позволяющее оценить степень готовности к ФИЭБ   Тренажер ФИЭБ включает **междисциплинарные кейс-задания в интерактивной форме.**  *За 2018 год проведено* ***5312*** *сеансов тестирования в режиме «Внутренний контроль»,* ***23038*** *сеансов тестирования  в режимах «Обучение»  и «Самоконтроль»  в* ***46*** *вузах.* |

**МАСТЕР ФОС**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель нового сервиса «Мастер ФОС» –** помощь вузам  в конструировании собственных фондов оценочных средств.  **«Мастер ФОС»** является рабочим инструментом создания фондов оценочных средств, разрабатываемых  и утверждаемых вузом, и позволяет решать проблемные вопросы, связанные с функционированием внутренней системы оценки качества образования.  **Фонды оценочных средств (ФОС)** создаются вузами для процедур текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации с целью оценить достижение запланированных результатов и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в основной образовательной программе.  **Возможности Мастера ФОС:**   * учет особенностей рабочей программы по дисциплине в конкретном вузе и корректировка перечня компетенций, показателей, критериев и шкал оценивания компетенций на различных этапах  их формирования; * использование типовых контрольных заданий, предоставляемых НИИ МКО; возможность при необходимости корректировать задания и/или загружать материалы, разработанные преподавателями ОО; * выгрузка для печати и редактирование ФОС; * хранение разработанных ФОС в личном кабинете ОО.   *С 2018 года доступ к сервису «Мастер ФОС» предоставляется как* ***образовательным организациям,*** *так и* ***индивидуальным пользователям (преподавателям).*** | **Для создания ФОС по дисциплине необходимо:**  Выбрать перечень компетенций с указанием этапов их формирования  в процессе освоения образовательной программы  Заполнить таблицу «Описание показателей  и критериев оценивания компетенций»  Загрузить комплект типовых контрольных заданий из федерального банка заданий, предоставляемого  НИИ МКО,  или материалы, разработанные преподавателями ОО  Использовать методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности  Выгрузить  и распечатать ФОС |

# Приложение 1. Модель педагогических измерительных материалов

При проведении ФЭПО в рамках компетентностного подхода используется уровневая модель педагогических измерительных материалов (ПИМ), представленная в трех взаимосвязанных блоках (рис.1).

Рис. 1. Трехмерная структура уровневой модели ПИМ



**Первый блок (тематическое наполнение)** – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

**Второй блок (модульное наполнение)** – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

**Третий блок** **(кейс-наполнение)** – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной практической ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов к ней. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека.

# Приложение 2. Характеристика уровней обученности по дисциплине «Маркетинг»[[2]](#footnote-2)

**УРОВЕНЬ 1** *(первый)*

*Характеристика*: Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент усвоил некоторые элементарные знания основных понятий, методов и принципов ведения маркетинговой деятельности на предприятии, но не овладел необходимой системой знаний по дисциплине.

**УРОВЕНЬ 2** *(второй)*

*Характеристика*: Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ маркетинга, его основных принципов, методов и функций; владеет некоторыми умениями и навыками использования методик исследования рынка, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения применения концепции маркетинга в решении различных практических задач.

**УРОВЕНЬ 3** *(третий)*

*Характеристика*: Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал прочные знания теоретических положений концепции маркетинга, развитые практические умения и навыки проведения маркетинговых исследований и организации эффективных маркетинговых коммуникации в сфере производства и услуг.

**УРОВЕНЬ 4** *(четвертый)*

*Характеристика*: Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области маркетинга, а также практические умения и навыки обоснования выбора маркетинговых стратегий по проникновению на рынок и привлечению потребителей. Студент способен правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях, применить методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке.

# Приложение 3. Формы представления обобщенных результатов тестирования студентов

Обращаем Ваше внимание на то, что данное приложение содержит примеры графических форм для анализа результатов тестирования. ***Данные примеры не относятся к результатам тестирования студентов Вашего вуза (ссуза).***

Для оценки качества подготовки студентов результаты тестирования представлены в формах, удобных для принятия организационных и методических решений:

* диаграмма распределения результатов тестирования студентов по уровням обученности («лестница Беспалько»);
* диаграмма ранжирования ООП вузов (ссузов) – участников по показателю «Доля студентов на уровне обученности не ниже второго»;
* диаграмма распределения результатов обучения студентов за пять последовательных этапов ФЭПО;
* гистограмма плотности распределения результатов тестирования студентов;
* круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов;
* гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий

блока ПИМ по дисциплине;

* карта коэффициентов решаемости заданий по темам первого блока ПИМ по дисциплине;
* диаграмма результатов выполнения заданий второго и третьего блоков ПИМ по дисциплине.

*Диаграмма распределения результатов тестирования студентов по уровням обученности («лестница Беспалько»)* позволяет оценить распределение результатов для данной группы тестируемых по уровням обученности и провести сравнение с аналогичными результатами участников ФЭПО. После диаграммы (рисунок 1) приводится информация о значении процента студентов, находящихся на уровне обученности не ниже второго как для выборки студентов вуза (ссуза), так и для выборки студентов вузов (ссузов) – участников в рамках текущего этапа ФЭПО).

**99%**

**86%**

**34%**

**31%**

**21%**

**14%**

**1%**

**5%**

**27%**

**67%**



|  |  |
| --- | --- |
| вуз | вузы-участники |

Рисунок 1 – Диаграмма распределения результатов тестирования студентов  
по уровням обученности

*Диаграмма ранжирования ООП вузов (ссузов) – участников по показателю «Доля студентов на уровне обученности не ниже второго»*  позволяет сравнить результаты обучения студентов образовательной программы (специальности) с результатами студентов аналогичных программ (специальностей) других образовательных организаций – участников ФЭПО и определить на общем фоне место вуза (ссуза) по данному показателю. На диаграмме (рисунок 2) красной линией показан критерий оценки результатов обучения «60% студентов на уровне обученности не ниже второго», темным столбиком отмечен результат по этому показателю для направления подготовки вуза на фоне вузов – участников ФЭПО, реализующих данное направление подготовки.



Рисунок 2 – Диаграмма ранжирования ООП вузов-участников  
по показателю «Доля студентов на уровне обученности не ниже второго»

*Диаграмма распределения результатов обучения студентов за пять последовательных этапов ФЭПО* позволяет мониторить результаты обучения студентов по вузу в целом, по направлению подготовки (специальности), по дисциплине и провести сравнение с аналогичными результатами (рисунок 3).



Рисунок 3 – Диаграмма распределения результатов обучения студентов  
за пять последовательных этапов ФЭПО

*Гистограмма плотности распределения результатов тестирования студентов* используется для характеристики плотности распределения данных по проценту набранных баллов за выполнение ПИМ. Каждый столбик на диаграмме (рисунок 4) показывает долю студентов, результаты которых лежат в данном 5-процентном интервале. По гистограмме определяется характер распределения результатов для данной группы тестируемых и могут быть выделены подгруппы студентов с различным качеством подготовки. Согласно предложенной модели оценки качества подготовки студентов гистограмма должна быть смещена в сторону более высоких процентов за выполнение ПИМ. Столбцы разного цвета характеризуют результаты образовательной организации и аналогичные результаты участников ФЭПО, что позволяет провести сравнение по проценту набранных баллов за выполнение ПИМ.



Рисунок 4 – Гистограмма плотности распределения результатов тестирования студентов  
с наложением на общий результат участников

Гистограмму плотности распределения результатов тестирования студентов (рисунок 5) можно использовать для проведения экспресс-оценки результатов тестирования студентов вуза (ссуза), позволяющей сравнить набранные баллы за выполнение ПИМ с соответствующим уровнем обученности. По данному показателю предложена интервальная шкала: [0%; 50%), [50%; 70%), [70%; 90%), [90%; 100%]. Столбцы различного цвета указывают на долю студентов, находящихся соответственно на первом, втором, третьем и четвертом уровнях обученности.



Рисунок 5 – Гистограмма плотности распределения результатов тестирования студентов  
вуза (ссуза) по уровням обученности в соответствии с процентом набранных баллов  
за выполнение ПИМ

*На круговой диаграмме распределения результатов обучения студентов* показана доля студентов на каждом из четырех уровней обученности (рисунок 6).



Рисунок 6 – Круговая диаграмма распределения результатов обучения студентов  
по уровням обученности

Данная диаграмма по дисциплине строится для выборки студентов направления подготовки (специальности) образовательной организации. В соответствии с критерием оценки результатов обучения на уровне обученности не ниже второго должно находиться не менее 60% студентов.

*Гистограмма плотности распределения результатов выполнения заданий блока ПИМ по дисциплине*. По итогам выполнения заданий каждого из блоков ПИМ строится гистограмма плотности распределения результатов (рисунок 7).



Рисунок 7 – Гистограмма плотности распределения результатов  
выполнения заданий блока ПИМ по дисциплине

Каждый горизонтальный столбик на диаграмме (рисунок 7) характеризует долю студентов (число которых приводится в вертикальном столбце справа), результаты которых лежат в 10-процентном интервале баллов блока. Данная гистограмма строится для анализа результатов выполнения заданий каждого отдельного блока ПИМ.

*Карта коэффициентов решаемости заданий по темам первого блока ПИМ по дисциплине* предназначена для содержательного анализа качества подготовки студентов по контролируемым темам дисциплины. По вертикальной оси отложены значения коэффициентов решаемости заданий, номера которых указаны по горизонтальной оси (рисунок 8).



Рисунок 8 – Карта коэффициентов решаемости заданий  
по темам первого блока ПИМ по дисциплине

Значения коэффициентов решаемости для заданий рассчитываются как отношение числа студентов, решивших задание по данной теме, к общему числу участников решавших данное задание. При анализе результатов тестирования по карте коэффициентов решаемости можно придерживаться следующей классификации: легкие задания – коэффициент решаемости от 0,7 до 1,0; задания средней трудности – коэффициент решаемости от 0,4 до 0,7; трудные задания – коэффициент решаемости менее 0,4.

*Диаграмма распределения результатов выполнения заданий второго и третьего блоков ПИМ* *по дисциплине* выборкой студентов представлена на рисунке 9.



Рисунок 9 – Диаграмма результатов выполнения заданий блока ПИМ по дисциплине

В каждом столбце различным цветом показаны проценты студентов, правильно выполнивших задание, частично выполнивших задание, либо выполнивших задание неправильно.

В приведенных материалах использованы формы представления результатов тестирования студентов, удобные для принятия решений на различных уровнях управления учебным процессом в образовательной организации.

# Приложение 4. Рейтинг-листы

## Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Группа: ОПБ-38.03.01-05а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Беляева Екатерина Сергеевна | 13fs110740 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 86% | третий |
| 2 | Кайсина Мария Дмитриевна | 13fs110742 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 78% | третий |
| 3 | Узун Юлия Анатольевна | 13fs110746 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 85% (17 из 20 баллов) | 78% | третий |
| 4 | Полянских Татьяна Олеговна | 13fs110743 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 5 | Стяжкина Анна Алексеевна | 13fs110745 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 0% (0 из 20 баллов) | 46% | третий |
| 6 | Шкляев Константин Олегович | 13fs110747 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 58% | второй |
| 7 | Романова Александра Александровна | 13fs110744 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 50% (8 из 16 баллов)  Блок 3 – 30% (6 из 20 баллов) | 50% | второй |

Группа: ОПБ-38.03.01.01а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Прищепный Виктор Сергеевич | 13fs110776 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 85% (17 из 20 баллов) | 94% | четвертый |
| 2 | Белослудцева Алина Антоновна | 13fs110769 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 90% (18 из 20 баллов) | 88% | четвертый |
| 3 | Кириллова Елена Андреевна | 13fs110773 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 4 | Тарасов Артемий Максимович | 13fs110778 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 95% (19 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 5 | Потемкина Татьяна Васильевна | 13fs110775 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 82% | четвертый |
| 6 | Дудорова Екатерина Сергеевна | 13fs110772 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 78% | третий |
| 7 | Гордеева Екатерина Степановна | 13fs110771 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 8 | Рогалева Софья Витальевна | 13fs110777 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 9 | Никитин Иван Денисович | 13fs110774 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 10 | Шабалина Дарья Николаевна | 13fs110780 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 70% | третий |
| 11 | Шагиева Айгуль Илдаровна | 13fs110781 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 70% | третий |
| 12 | Боровков Кирилл Алексеевич | 13fs110770 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 40% (8 из 20 баллов) | 62% | второй |

Группа: ОПБ-38.03.01.02а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Житникова Злата Евгеньевна | 13fs110758 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 88% | четвертый |
| 2 | Гербулова Алина Сергеевна | 13fs110753 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 3 | Лекомцева Ольга Ивановна | 13fs110762 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 78% | третий |
| 4 | Петрякова Анастасия Владимировна | 13fs110764 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 78% | третий |
| 5 | Гурьянова Анастасия Сергеевна | 13fs110756 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 6 | Сафронова Диана Вячеславовна | 13fs110765 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 7 | Галиахметова Александра Раилевна | 13fs110752 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 60% (12 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 8 | Гребенщикова Юлия Павловна | 13fs110754 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 56% (9 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 9 | Петрова Арина Андреевна | 13fs110763 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 10 | Анаников Янис Гаврилович | 13fs110748 | 31 из 31 | Блок 1 – 71% (10 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 11 | Григорьев Максим Александрович | 13fs110755 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 66% | третий |
| 12 | Силина Анастасия Владимировна | 13fs110766 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 64% | третий |
| 13 | Богачев Егор Анатольевич | 13fs110750 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | третий |
| 14 | Воронцова Алина Яковлевна | 13fs110751 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 60% (12 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 15 | Фролова Дарья Андреевна | 13fs110768 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 16 | Лекомцева Лиана Сергеевна | 13fs110761 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 64% | второй |
| 17 | Уварова Регина Ивановна | 13fs110767 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 40% (8 из 20 баллов) | 62% | второй |
| 18 | Емшанов Артемий Сергеевич | 13fs110757 | 31 из 31 | Блок 1 – 50% (7 из 14 баллов)  Блок 2 – 37% (6 из 16 баллов)  Блок 3 – 80% (16 из 20 баллов) | 58% | второй |
| 19 | Бармина Мария Дмитриевна | 13fs110749 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 30% (6 из 20 баллов) | 54% | второй |
| 20 | Карпова Анна Константиновна | 13fs110759 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 10% (2 из 20 баллов) | 54% | второй |
| 21 | Красильникова Ирина Сергеевна | 13fs110760 | 31 из 31 | Блок 1 – 64% (9 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 62% | первый |

## Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Группа: ОПБ-38.03.02.01а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Кудаш Олеся Валерьевна | 13fs111315 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 80% | третий |
| 2 | Акопян Рафик Самвелович | 13fs111305 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 3 | Бабушкин Артем Владиславович | 13fs111308 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 4 | Конышев Владимир Михайлович | 13fs111314 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | третий |
| 5 | Анисимов Владимир Юрьевич | 13fs111307 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 20% (4 из 20 баллов) | 60% | третий |
| 6 | Гильмиярова Анастасия Радиковна | 13fs111311 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 15% (3 из 20 баллов) | 60% | третий |
| 7 | Самойлова Елизавета Петровна | 13fs111318 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 10% (2 из 20 баллов) | 50% | третий |
| 8 | Дементьев Никита Александрович | 13fs111312 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 56% (9 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 9 | Емельянова Ксения Игорьевна | 13fs111313 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 64% | второй |
| 10 | Солоницын Леонид Олегович | 13fs111319 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 56% (9 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 54% | второй |
| 11 | Мартынов Максим Антонович | 13fs111316 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 25% (5 из 20 баллов) | 52% | второй |
| 12 | Гарипова Эльвина Ильнуровна | 13fs111310 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 37% (6 из 16 баллов)  Блок 3 – 20% (4 из 20 баллов) | 46% | второй |

## Направление подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»

Группа: ОПБ-38.03.03.01а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Ощепкова Кристина Владимировна | 13fs111732 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 100% (20 из 20 баллов) | 98% | четвертый |
| 2 | Булычева Мария Игоревна | 13fs111725 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 90% (18 из 20 баллов) | 88% | четвертый |
| 3 | Агафонова Мария Васильевна | 13fs111722 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 82% | четвертый |
| 4 | Мухлынина Ксения Александровна | 13fs111729 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 80% (16 из 20 баллов) | 82% | четвертый |
| 5 | Скрябина Анна Сергеевна | 13fs111734 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 76% | четвертый |
| 6 | Ахмадишина Алина Наилевна | 13fs111724 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 76% | третий |
| 7 | Касимова Валерия Павловна | 13fs111727 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 8 | Салимжанова Алиса Рустамовна | 13fs111733 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 45% (9 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 9 | Аргандеева Ирина Владимировна | 13fs111723 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 70% | третий |
| 10 | Заболотских Анна Андреевна | 13fs111726 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 70% | третий |
| 11 | Новикова Юлия Сергеевна | 13fs111730 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 12 | Шумихина Виктория Алексеевна | 13fs111735 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 30% (6 из 20 баллов) | 64% | третий |
| 13 | Нурмухаметова Аделия Руслановна | 13fs111731 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 30% (6 из 20 баллов) | 58% | третий |
| 14 | Курбатова Карина Алексеевна | 13fs111728 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 15% (3 из 20 баллов) | 52% | второй |

Группа: ОПБ-38.03.03.03а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Вахрушева Юлия Владиславовна | 13fs111739 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 90% (18 из 20 баллов) | 92% | четвертый |
| 2 | Тельпукова Мария Андреевна | 13fs111750 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 88% | четвертый |
| 3 | Абдуллина Кристина Вильдаровна | 13fs111736 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 86% | четвертый |
| 4 | Бондарева Александра Андреевна | 13fs111738 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 5 | Калаева Наталия Владимировна | 13fs111743 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 6 | Пислегина Ульяна Александровна | 13fs111747 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 80% (16 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 7 | Ветчинов Антон Владимирович | 13fs111740 | 31 из 31 | Блок 1 – 71% (10 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 80% (16 из 20 баллов) | 80% | четвертый |
| 8 | Фефилова Екатерина Андреевна | 13fs111751 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 82% | третий |
| 9 | Лобасков Глеб Олегович | 13fs111745 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 76% | третий |
| 10 | Михайлов Григорий Сергеевич | 13fs111746 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 76% | третий |
| 11 | Пшеницына Анастасия Андреевна | 13fs111748 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 12 | Вихарев Егор Викторович | 13fs111741 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 45% (9 из 20 баллов) | 70% | третий |
| 13 | Аргаков Алексей Алексеевич | 13fs111737 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 45% (9 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 14 | Кутявина Вероника Викторовна | 13fs111744 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 50% (10 из 20 баллов) | 66% | третий |
| 15 | Халдеева Дарья Владимировна | 13fs111752 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 10% (2 из 20 баллов) | 50% | третий |

## Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Группа: ОПБ-38.03.04.01а-21

Дисциплина: «Основы маркетинга»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Фефилова Екатерина Сергеевна | 13fs111865 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 85% (17 из 20 баллов) | 88% | четвертый |
| 2 | Савин Александр Сергеевич | 13fs111859 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 82% | четвертый |
| 3 | Хайбуллин Руслан Николаевич | 13fs111866 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 78% | четвертый |
| 4 | Матвеева Диана Юрьевна | 13fs111857 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 66% | третий |
| 5 | Глазков Егор Андреевич | 13fs111855 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 40% (8 из 20 баллов) | 64% | третий |
| 6 | Соснина Дарья Николаевна | 13fs111862 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 60% (12 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 7 | Сысоева Екатерина Геннадьевна | 13fs111864 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 8 | Мыльникова Наталья Олеговна | 13fs111858 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 68% | второй |
| 9 | Старушко Мария Андреевна | 13fs111863 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 45% (9 из 20 баллов) | 66% | второй |
| 10 | Яковлева Алиса Вячеславовна | 13fs111867 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 60% | второй |
| 11 | Сергеев Роман Сергеевич | 13fs111860 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 62% (10 из 16 баллов)  Блок 3 – 25% (5 из 20 баллов) | 54% | второй |

Группа: ОПБ-38.03.04.02а-21

Дисциплина: «Основы маркетинга»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Загуменнова Ксения Алексеевна | 13fs111875 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 2 | Иванова Кристина Алексеевна | 13fs111876 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 72% | третий |
| 3 | Антипова Наталья Константиновна | 13fs111869 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 4 | Беркутова Дарья Андреевна | 13fs111871 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 64% | третий |
| 5 | Абрамова Алина Игоревна | 13fs111868 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | третий |
| 6 | Жабченко Анастасия Андреевна | 13fs111874 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 20% (4 из 20 баллов) | 62% | третий |
| 7 | Кабанова Юлия Васильевна | 13fs111877 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | третий |
| 8 | Вахрушев Андрей Александрович | 13fs111873 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 25% (5 из 20 баллов) | 58% | третий |
| 9 | Кокухов Родион Олегович | 13fs111878 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 70% | второй |
| 10 | Бабушкина Елена Викторовна | 13fs111870 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 40% (8 из 20 баллов) | 62% | второй |
| 11 | Кузнецова Оксана Андреевна | 13fs111879 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 50% (8 из 16 баллов)  Блок 3 – 30% (6 из 20 баллов) | 52% | второй |

## Направление подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Группа: ОАБ-38.03.05.01а-21

Дисциплина: «Маркетинг»

Трудоемкость: не меньше 2 кредитов

| **№ п/п** | **ФИО студента** | **Логин** | **Кол-во заданий, на которые даны ответы** | **Количество набранных баллов** | **Процент набранных баллов за выполнение ПИМ** | **Уровень обученности** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Кайгородов Вячеслав Алексеевич | 13fs111947 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 85% (17 из 20 баллов) | 86% | четвертый |
| 2 | Минниахметов Тимур Данисович | 13fs111954 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 85% (17 из 20 баллов) | 84% | четвертый |
| 3 | Рыжков Алексей Владимирович | 13fs111956 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 87% (14 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 80% | четвертый |
| 4 | Худяков Никита Васильевич | 13fs111960 | 31 из 31 | Блок 1 – 85% (12 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 75% (15 из 20 баллов) | 80% | четвертый |
| 5 | Лелькина Екатерина Олеговна | 13fs111948 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 76% | четвертый |
| 6 | Леонтьев Георгий Дмитриевич | 13fs111949 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 70% (14 из 20 баллов) | 76% | четвертый |
| 7 | Рылова Татьяна Константиновна | 13fs111957 | 31 из 31 | Блок 1 – 100% (14 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 80% | третий |
| 8 | Шушакова Анна Александровна | 13fs111963 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 93% (15 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 74% | третий |
| 9 | Шушпанова Анна Андреевна | 13fs111964 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 68% | третий |
| 10 | Меньших Ирина Сергеевна | 13fs111953 | 31 из 31 | Блок 1 – 78% (11 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 20% (4 из 20 баллов) | 56% | третий |
| 11 | Идрисов Рамиль Ильназович | 13fs111946 | 31 из 31 | Блок 1 – 64% (9 из 14 баллов)  Блок 2 – 100% (16 из 16 баллов)  Блок 3 – 65% (13 из 20 баллов) | 76% | второй |
| 12 | Петрова Анжела Михайловна | 13fs111955 | 31 из 31 | Блок 1 – 64% (9 из 14 баллов)  Блок 2 – 75% (12 из 16 баллов)  Блок 3 – 55% (11 из 20 баллов) | 64% | второй |
| 13 | Маренина Дарья Олеговна | 13fs111951 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | второй |
| 14 | Чернов Игорь Владимирович | 13fs111962 | 31 из 31 | Блок 1 – 92% (13 из 14 баллов)  Блок 2 – 68% (11 из 16 баллов)  Блок 3 – 35% (7 из 20 баллов) | 62% | второй |
| 15 | Чащина Арина Алексеевна | 13fs111961 | 31 из 31 | Блок 1 – 57% (8 из 14 баллов)  Блок 2 – 81% (13 из 16 баллов)  Блок 3 – 40% (8 из 20 баллов) | 58% | второй |
| 16 | Максимов Даниил Леонидович | 13fs111950 | 31 из 31 | Блок 1 – 71% (10 из 14 баллов)  Блок 2 – 25% (4 из 16 баллов)  Блок 3 – 20% (4 из 20 баллов) | 36% | второй |
| 17 | Саттахиева Гузель Маратовна | 13fs111958 | 31 из 31 | Блок 1 – 50% (7 из 14 баллов)  Блок 2 – 56% (9 из 16 баллов)  Блок 3 – 15% (3 из 20 баллов) | 38% | первый |



Результаты тестирования студентов обработаны  
в Научно-исследовательском институте   
мониторинга качества образования.

По представленным аналитическим материалам   
ждем Ваших предложений и замечаний   
по адресу:

424002, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Я. Эшпая, д. 155.

Телефоны: +7 (8362) 64-16-88; +7 (8362) 42-24-68.

E-mail: nii.mko@gmail.com.

Web-ресурс:

www.i-exam.ru.

1. В отчете представлены результаты тестирования по дисциплинам, имеющим одинаковую обобщенную структуру содержания ПИМ, представленную под основным названием дисциплины – «Маркетинг». [↑](#footnote-ref-1)
2. Приведенная характеристика уровней обученности представлена для дисциплин ***«Маркетинг», «Основы маркетинга».*** [↑](#footnote-ref-2)