

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 12:14:47
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

по дисциплине

Б1.О.11 1С: Предприятие (отраслевые решения)

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг
(наименование образовательной программы)
бакалавр
(квалификация)

Очно- форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2024

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Масло Светлана Владимировна, ст. преподаватель кафедры информационных технологий

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «1С:Предприятие (отраслевые решения)»

1.1. Основные сведения о дисциплине

Таблица 1

Характеристика дисциплины
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки Профиль	38.03.02 Менеджмент «Маркетинг»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Б1.О.11
Формы текущего контроля	индивидуальные задания, устный опрос, собеседование
<i>Показатели</i>	Очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	5
<i>Общая трудоемкость (академ. часов)</i>	108
<i>Аудиторная контактная работа:</i>	22
Лекционные занятия	8
Практические занятия	12
Консультации	2
<i>Самостоятельная работа</i>	82
<i>Контроль</i>	4
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ОПК ОС-6: Способен осуществлять информационное и цифровое взаимодействие на основе безопасного использования информационно-коммуникативных технологий	ОПК ОС-6.1: Способен демонстрировать навыки использования корпоративных информационных систем профессионального назначения	Знать: 1. Назначение и общую структуру CRM-систем 2. Функции CRM-систем 3. Критерии выбора CRM-системы	ОПК ОС-6.1 З-1
		Уметь: 1. Пользоваться основными функциями CRM-систем 2. Пользоваться всеми функциями CRM-систем	ОПК ОС-6.1 У-1
		3. Оценивать CRM-системы с позиции бизнес-цели	ОПК ОС-6.1 У-2
		Владеть: 1 Навыками работы с клиентской базой 2. Навыками работы в CRM-системе	ОПК ОС-6.1 У-3
			ОПК ОС-6.1 В-1
			ОПК ОС-6.1 В-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		3. Навыками выбора CRM-системы на основе бизнес-целей	ОПК ОС-6.1 В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Этапы формирования компетенций (номер семестра)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Общая структура CRM-систем				
1.	Тема 1.1 История отношений с клиентами и обмен информацией между сотрудниками	5	ОПК ОС-6.1 З-1 ОПК ОС-6.1 З-2	Устный опрос
2.	Тема 1.2 Бизнес-процессы компании	5	ОПК ОС-6.1 З-1 ОПК ОС-6.1 З-2 ОПК ОС-6.1 У-1	Индивидуальное задание №1
3.	Тема 1.3 Мониторинг качества работы с клиентами	5	ОПК ОС-6.1 З-1 ОПК ОС-6.1 З-2 ОПК ОС-6.1 З-3 ОПК ОС-6.1 У-1	Устный опрос
4.	Тема 1.4 Управление качеством	5	ОПК ОС-6.1 З-1 ОПК ОС-6.1 З-2 ОПК ОС-6.1 З-3 ОПК ОС-6.1 У-1	Индивидуальное задание №2 Собеседование Устный опрос
Раздел 2. Функциональность CRM-систем				
5.	Тема 2.1 Клиентская база	5	ОПК ОС-6.1 З-1 ОПК ОС-6.1 З-2 ОПК ОС-6.1 З-3	Устный опрос

			ОПК ОС-6.1 У-1	
6.	Тема 2.2. Управление контактами	5	ОПК ОС-6.1 З-3 ОПК ОС-6.1 У-1 ОПК ОС-6.1 У-2 ОПК ОС-6.1 В-1	Индивидуальное задание №3
7.	Тема 2.3. Управление маркетингом	5	ОПК ОС-6.1 У-2 ОПК ОС-6.1 У-3 ОПК ОС-6.1 В-2 ОПК ОС-6.1 В-3	Устный опрос Собеседование
8.	Тема 2.4. Управление продажами	5	ПК-8.6 У-2 ОПК ОС-6.1 У-3 ОПК ОС-6.1 В-2 ОПК ОС-6.1 В-3	Устный опрос Собеседование
Раздел 3. Критерии выбора CRM-систем				
9.	Тема 3.1 Типы CRM-систем	5	ОПК ОС-6.1 У-2 ОПК ОС-6.1 У-3 ОПК ОС-6.1 В-2 ОПК ОС-6.1 В-3	Устный опрос
10.	Тема 3.2 Совокупная стоимость владения CRM-системой	5	ОПК ОС-6.1 У-2 ОПК ОС-6.1 У-3 ОПК ОС-6.1 В-2 ОПК ОС-6.1 В-3	Индивидуальное задание №4 Собеседование Устный опрос

РАЗДЕЛ 2

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Таблица 2.1.

**Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)**

Наименование Раздела/Темы	Вид задания					
	ПЗ		Всего за тему	КЗР (С)	(СР)	ИЗ
	УО	РЗ				
P.1.Т.1.1	1	3	4			
P.1.Т.1.2	1	3	4			10
P.1.Т.1.3	1	3	4			
P.1.Т.1.4	1	3	4	5		10
P.2.Т.2.1	1	3	4			
P.2.Т.2.2	1	3	4			10
P.2.Т.2.3	1	3	4			
P.2.Т.2.4	1	3	4	5	5	
P3.Т.3.1	1	3	4			
P3.Т.3.2	1	3	4	5		10
Итого: 100б	10	30	40	15	5	40

УО – устный опрос;

С – собеседование;

РЗ – разноуровневые задания;

ПЗ – практическое занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию индивидуальных заданий обучающихся

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся: если выполнены все пункты работы самостоятельно, без ошибок, если предложен более рациональный алгоритм решения задачи.
Хорошо	Выставляется обучающемуся: если самостоятельно выполнены все пункты работы, допущены незначительные ошибки, если предложен более рациональный алгоритм решения задачи.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся: если самостоятельно (или с помощью преподавателя) выполнены все пункты работы, допущены грубые ошибки.

Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся: если с помощью преподавателя выполнены не все пункты работы, допущены грубые ошибки.
---------------------	---

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Общая структура CRM-систем

Тема 1.2 Бизнес-процессы компании

Индивидуальное задание 1

Задача

ЧП изготавливает мебель двух видов: стол и шкаф. Для производственного процесса требуются следующие материалы в расчете на один предмет:

	стол	шкаф
ДСП (м.кв.)	5,3	7,9
Ручка мебельная (шт)	3	5
Саморезы (шт)	50	70
Рельсы для ящиков (шт)	4	2

В процессе производства выполняются операции распиловка и сборка. В таблице указаны расценки операций и время выполнения на один предмет.

	стол	шкаф	Стоимость операции в час
Распиловка	0,7 часа	1,2 часа	500 руб
Сборка	1 час	1,5 часов	200 руб.

Работы выполняются в одном цехе, где имеется два электролобзика и 5 шуруповертов. Оборудование работает по тому же графику, что и цех.

Оформить три заказа от трех разных контрагентов с одинаковой датой потребности .1 заказ: 8 шкафов и 15 столов, 2 заказ: 30 шкафов и 10 столов, 3 заказ: 10 шкафов и 10 столов.

Оформить выпуск продукции и рассчитать себестоимость продукции, включив в нее общепроизводственные расходы по профилактике и ремонту электролобзиков (400 руб. за профилактику одной машины).

Задания

1. Изучить используемую терминологию.
2. Рассмотреть и создать необходимые объекты нормативно-справочной информации.
3. Создать учетную политику, налоговую ставку.
4. Создать структуру предприятия.

Тема 1.4 Управление качеством

Индивидуальное задание 2

Задача

Для ЧП по производству мебели:

1. Заполнить индивидуальный график подразделения.
2. Создать номенклатуру.
3. Создать ресурсную спецификацию.

Раздел 2. Функциональность CRM-систем

Тема 2.2. Управление контактами

Индивидуальное задание 3

Задача

Для ЧП по производству мебели:

1. Создать заказы на производство.
2. Создать склад и провести заказ.
3. Построить график производства.
4. Построить и проанализировать диаграмму Ганта.
5. Создать контрагентов.
6. Создать закупку материалов.

Раздел 3. Критерии выбора CRM-систем

Тема 3.2 Совокупная стоимость владения CRM-системой

Индивидуальное задание 4

Задача

Для ЧП по производству мебели:

1. Решить задачи «Локального диспетчера»:
 - формирование маршрутных листов

- формирование состава бригад
 - оформление выработки
 - оформление выпуска продукции
2. Передача материалов в производство.
3. Сформировать отчет «Остатки и доступность товаров
4. Начислить зарплату.
5. Закрыть месяц и узнать себестоимость продукции.

2.2. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале практического занятия преподавателем проводится индивидуальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для контроля знаний по разделам дисциплины
Раздел 1. Общая структура CRM-систем	
Тема 1.1 История отношений с клиентами и обмен информацией между	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое CRM? 2. Сбор в единую клиентскую базу всей накопленной о клиентах информации;. 3. Омниканальность в работе с клиентами. 4. Сервисное обслуживание клиентов 5. Накопление знаний компанией и управление ими.

сотрудниками	6. Зачем бизнесу CRM? 7. Процесс встраивания модуля 1C:CRM в 1C:ERP. 8. Интерфейс и основные возможности модуля 1C:CRM
Тема 1.2 Бизнес-процессы компании	
Тема 1.3 Мониторинг качества работы с клиентами	1. Создание необходимой структуры базы клиентов и контактных лиц. 2. Организация оперативной регистрации нового клиента. 3. CRM-функциональность 4. Редактирование информации по реальным (т. е. уже занесенным в информационную базу) клиентам. 5. Анализ полноты заполнения клиентской базы. 6. Сегментация клиентов. Получение необходимой аналитики по базе клиентов и контактных лиц на основе ABC-анализа, XYZ-анализа и совместного ABC/XYZ-анализа. 7. Проведение анализа изменения «важности» клиентов и стадий взаимоотношений с клиентом.
Тема 1.4 Управление качеством	
Раздел 2. Функциональность CRM-систем	
Тема 2.1 Клиентская база	1. Поиск двойных записей клиентов и контактных лиц, корректировка информации.
Тема 2.2. Управление контактами	2. Обработка необходимой группы клиентов для присвоения необходимых значений (групповая обработка).
Тема 2.3. Управление маркетингом	3. Настройка прав доступа, настройка интерфейсов пользователя. 4. Контактные лица клиента в 1C:ERP 5. ABC- и XYZ-анализы 6. Организация продаж с помощью бизнес-процессов
Тема 2.4. Управление продажами	7. Проектные продажи 8. подсистема «Бюджетирование и планирование» 9. Взаимодействия с клиентами в программе Главное – Почта, задачи – Взаимодействия
Раздел 3. Критерии выбора CRM-систем	
Тема 3.1 Типы CRM-систем	
Тема 3.2 Совокупная стоимость владения CRM-системой	1. Подсистема «CRM и маркетинг» 2. Раздел CRM (Рассылки клиентам, Проведение опросов, Анкеты, Шаблоны анкет) 3. Как правильно выбрать CRM-систему?

<p>Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины</p>		<p>Вопросы, выносимые на самостоятельное обучение по разделам дисциплины (собеседование)</p>
Раздел 1. Общая структура CRM-систем		
<p>Тема 1.1 История отношений с клиентами и обмен информацией между сотрудниками</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Обратная связь (мониторинг качества работы с клиентами) 2. Когда компании нужен CRM? 3. История CRM- решений. 4. Организация работы с электронной почтой. 5. Современное отношение бизнеса к CRM.
<p>Тема 1.2 Бизнес-процессы компаний</p>		
<p>Тема 1.3 Мониторинг качества работы с клиентами</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Как поможет CRM-система в создании клиентаориентированной компании? 2. Основные инструменты, которые включает в себя технология управления отношения с клиентами (CRM). 3. Обмен информацией между филиалами, подразделениями и сотрудниками без «информационных провалов»
<p>Тема 1.4 Управление качеством</p>		
Раздел 2. Функциональность CRM-систем		
<p>Тема 2.1 Клиентская база</p>		
<p>Тема 2.2. Управление контактами</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор в единую клиентскую базу всей накопленной о клиентах информации; 2. Анализ продаж с помощью «Воронки продаж» 3. Основные возможности по управлению взаимоотношениями с клиентами в подсистеме «CRM маркетинг»
<p>Тема 2.3. Управление маркетингом</p>		
<p>Тема 2.4. Управление продажами</p>		<ol style="list-style-type: none"> 4. Планирование и прогнозирование продаж.
Раздел 3. Критерии выбора CRM-систем		
<p>Тема 3.1 Типы CRM-систем</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование и контроль ключевых показателей деятельности (KPI) 2. Интеграция с другими системами
<p>Тема 3.2</p>		

Совокупная стоимость владения CRM-системой	3. Управление мобильными продажами. 4. Управление временем (тайм-менеджмент)
--	---

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

- 1.Заполнение и ведение справочников
- 2.Регистрация нового клиента
- 3.Поиск двойников клиентов и контактных лиц
- 4.Анализ полноты заполнения клиентской базы
- 5.Групповое изменение полей
- 6.Сегментация клиентов
- 7.ABC- и XYZ-анализы
- 8.Метод ABC
- 9.Метод XYZ
- 10.Регистрация контактов с клиентами
- 11.Получение истории переговоров с клиентом
- 12.Планирование контактов, календарь, напоминания
- 13.Анализ контактов
- 14.Организация работы с электронной почтой
- 15.Организация почтовых и электронных рассылок
- 16.Интеграция с мессенджерами, сервисами отправки SMS
- 17.Интеграция с телефонией
- 18.Передача информации между сотрудниками
- 19.Передача текущих дел другому сотруднику
- 20.Регистрация интереса клиента
- 21.Анализ потребностей клиентов
- 22.Организация продаж с помощью бизнес-процессов
- 23.Анализ продаж с помощью «Воронки продаж»
- 24.Конверсия «Воронки продаж»
- 25.Подготовка коммерческих предложений
- 26.Подготовка счетов на оплату
- 27.Работа с дебиторской задолженностью
- 28.Анализ продаж, ABC-анализ продаж
- 29.XYZ-анализ продаж
- 30.Ведение списка источников рекламы
- 31.Регистрация источников рекламы при обращении клиентов
- 31.Планирование маркетинговых кампаний
- 33.Организация маркетинговых мероприятий
- 34.Организация рассылок

- 35.Организация телемаркетинга
- 36.Анализ рекламных кампаний
- 37.BCG-матрица
- 38. Настройка прав доступа и интерфейсов пользователей
- 39.«Операционный» класс CRM
- 40.Аналитический CRM
- 41.Коллаборационный CRM
- 42.Классификация CRM по размеру бизнеса.
- 43. Виды лицензий на CRM-системы
- 44. Основные задачи администрирования