

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра менеджмента и экономики образования

*Приложение к программе
практики*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

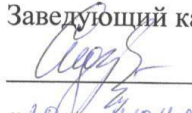
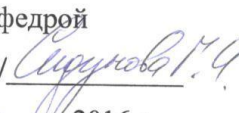
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по практике «**Преддипломная практика**»

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

 / 
«30» июня 2016 г.

Волгоград
2016

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

Процесс прохождения практики направлен на овладение следующими компетенциями:

- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-6	Методы принятия управленческих решений		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Преддипломная практика
СК-1	Маркетинг	Анализ поведения потребителей, Бренд-менеджмент, Информационные системы маркетинга, Логистика, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Маркетинг интеллектуальных продуктов, Маркетинг образовательных услуг, Маркетинг услуг, Маркетинговое консультирование, Маркетинговое ценообразование, Маркетинговые исследования, Маркетинговый анализ, Международный маркетинг, Организация продаж, Организация связей с общественностью, Основы маркетинговых коммуникаций, Правовое регулирование	Преддипломная практика

		маркетинговой деятельности, Промышленный маркетинг, Реклама, Стратегический маркетинг, Товароведение. Экспертиза и стандартизация, Управление маркетингом, Управление продуктом, Финансовые аспекты маркетинга	
--	--	---	--

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе прохождения практики

№	Разделы практики	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Подготовительный этап, включающий установочную конференцию	ОПК-6, СК-1	знать: – ключевые характеристики рынка и современной среды организации; – основные понятия комплекса маркетинга; уметь: – эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию; – формулировать комплекс маркетинга; владеть: – навыками анализа внешней и внутренней среды организации; – навыками формулирования комплекса маркетинга;
2	Комплексное изучение деятельности предприятия	ОПК-6, СК-1	знать: – основные формы внутренней отчетности организации; – основные понятия комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия; уметь: – осуществлять выбор методов стратегического анализа

			внутренней и внешней среды предприятия; – формулировать комплекс маркетинга в рамках конкретного предприятия; владеть: – навыками разработки предложений по повышению конкурентоспособности компании; – навыками формулирования комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
3	Сбор материалов, оформление и презентация отчета о преддипломной практике	ОПК-6, СК-1	знать: – основные показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности компании; – модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив; уметь: – сопоставлять и сравнивать эффективность применения на практике отдельных методов, моделей и инструментов; – использовать модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия; владеть: – навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике; – навыками использования моделей и инструментов формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-6	Знать виды управленческих решений и методы их принятия в управлении операционной (производственной)	Уметь планировать операционную (производственную) деятельность организаций в процессе организации	В совершенстве владеть навыками практического использования всего спектра методов диагностики систем управления организацией.

	деятельностью организаций.	командного взаимодействия для решения управленческих задач.	
СК-1	Имеет теоретические знания в области маркетинга; способен выделять основные маркетинговые процессы на предприятии; способен к организации маркетинговой деятельности на предприятии.	Демонстрирует глубокие знания в области маркетинга; способен нетрадиционно подойти в выделению основных маркетинговых процессов; способен самостоятельно организовать маркетинговую деятельность.	Демонстрирует глубокие знания теоретико-методологических основ в области маркетинга; использует креативный подход при разработке основных маркетинговых процессов; предлагает новые подходы к организации маркетинговой деятельности предприятий.

**Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)**

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Дневник прохождения практики (посещаемость)	20	ОПК-6, СК-1	5л
2	Производственная характеристика (руководителя практики на предприятии)	20	ОПК-6, СК-1	5л
3	Отчет с практическим материалом (оформление, содержание, объем и содержание практического материала)	20	ОПК-6, СК-1	5л
4	Защита отчета по результатам прохождения практики (выступление, ответы на вопросы, участие в дискуссии)	40	ОПК-6, СК-1	5л

Итоговая оценка по практике определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в процессе прохождения практики и в период промежуточной аттестации.

{!404_DOCXTemplate_exam_explanation}

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы

формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Дневник прохождения практики (посещаемость)
2. Производственная характеристика (руководителя практики на предприятии)
3. Отчет с практическим материалом (оформление, содержание, объем и содержание практического материала)
4. Защита отчета по результатам прохождения практики (выступление, ответы на вопросы, участие в дискуссии)