

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
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

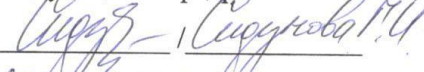
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине **«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»**

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой


« 30 » *июне* 2016 г.

Волгоград

2016

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

– 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
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 маркетинговой деятельности, Промышленный маркетинг, Реклама, Стратегический маркетинг, Товароведение. Экспертиза и	Преддипломная практика

		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 освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Особенности маркетинга отраслей	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – главные функции маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; – типы маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать факторы маркетинговой среды фирмы в различных отраслях и сферах деятельности; – определять маркетинговую продуктовую стратегию предприятия любой отрасли; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рациональными приемами поиска, выбора и практического использования методов, инструментов и форм отраслевого маркетинга, стратегии конкуренции и развития предприятия; – методикой проведения маркетинговых исследований фирмы в различных отраслях и сферах деятельности;
2	Особенности маркетинга в сферах деятельности	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – главные функции маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; – типы маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности;

			<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать факторы маркетинговой среды фирмы в различных отраслях и сферах деятельности; – определять маркетинговую продуктовую стратегию предприятия любой отрасли; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рациональными приемами поиска, выбора и практического использования методов, инструментов и форм отраслевого маркетинга, стратегии конкуренции и развития предприятия; – методикой проведения маркетинговых исследований фирмы в различных отраслях и сферах деятельности;
3	Маркетинг сферы услуг	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – главные функции маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; – типы маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать факторы маркетинговой среды фирмы в различных отраслях и сферах деятельности; – определять маркетинговую продуктовую стратегию предприятия любой отрасли; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рациональными приемами поиска, выбора и практического использования методов, инструментов и форм отраслевого маркетинга, стратегии конкуренции и развития предприятия; – методикой проведения маркетинговых исследований фирмы в различных отраслях и сферах деятельности;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
СК-1	Имеет теоретические	Демонстрирует глубокие знания в	Демонстрирует глубокие знания теоретико-методологических

	знания в области маркетинга; способен выделять основные маркетинговые процессы на предприятии; способен к организации маркетинговой деятельности на предприятии.	области маркетинга; способен нетрадиционно подойти в выделению основных маркетинговых процессов; способен самостоятельно организовать маркетинговую деятельность.	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	Проверочные работы на лекционных занятиях	15	СК-1	5з
2	Контрольные задания на практических занятиях	15	СК-1	5з
3	Рефераты	15	СК-1	5з
4	Индивидуальные задания	15	СК-1	5з
5	Аттестация с оценкой	40	СК-1	5з

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

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. Проверочные работы на лекционных занятиях
2. Контрольные задания на практических занятиях
3. Рефераты
4. Индивидуальные задания
5. Аттестация с оценкой