

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

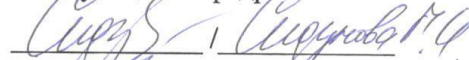
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине **«Маркетинг интеллектуальных продуктов»**

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой


« 20 » *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	Сущность и особенности маркетинга интеллектуальных продуктов	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы возникновения и развития рынка интеллектуальных продуктов; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать характеристику рынка интеллектуальных продуктов, его субъектам и объектам; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации маркетинговой деятельности в области интеллектуальной собственности;
2	Рынок интеллектуальных продуктов. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке интеллектуальных продуктов	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – субъекты и объекты рынка интеллектуальных продуктов, основные проблемы разработки и продвижения нового продукта; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать характеристику рынка интеллектуальных продуктов, его субъектам и объектам; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации маркетинговой деятельности в области интеллектуальной собственности;
3	Виды и особенности интеллектуальных продуктов	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – субъекты и объекты рынка интеллектуальных продуктов, основные проблемы разработки и продвижения нового продукта; <p>уметь:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать маркетинговые стратегии и программы в сфере интеллектуальных продук-тов; владеть: – методиками разработки планов и программ маркетинга интеллектуальных продуктов;
4	Регулирование рынка интеллектуальных продуктов	СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – институциональную структуру рынка интеллектуальных продуктов, основы международ-но-правового регулирования авторских и смежных прав, патентного права; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценить возможности продвижения интеллектуального продукта с позиции законодатель-ного обеспечения и защиты; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методиками разработки планов и программ маркетинга интеллектуальных продуктов;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
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	Проверочные работы на лекционных	20	СК-1	3л

	занятиях			
2	Контрольные задания на практических занятиях	20	СК-1	3л
3	Рефераты	20	СК-1	3л
4	Проверочные работы на лекционных занятиях	20	СК-1	4з
5	Контрольные задания на практических занятиях	20	СК-1	4з
6	Рефераты	20	СК-1	4з
7	Зачет	40	СК-1	4з

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

Студент, набравший в сумме 60 и менее баллов, получает отметку «незачтено». Студент, набравший 61-100 баллов, получает отметку «зачтено».

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. Зачет