

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет управления и экономико-технологического образования  
Кафедра физики, методики преподавания физики и математики, ИКТ

*Приложение к программе  
учебной дисциплины*

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине **«Информационные системы маркетинга»**

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

 И.К. Сидоров  
«30» 06 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:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- 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-7	Информатика, Информационные технологии в менеджменте	Информационные системы маркетинга, Информационный консалтинг, Информационный менеджмент	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков
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,	Преддипломная практика

		Правовое регулирование 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 освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Информационные системы маркетинга	ОПК-7, СК-1	знать: – виды, основные принципы и схему проведения маркетинговых исследований; состав и организацию информационного обеспечения задач маркетинга; уметь: – работать с информацией (сбор, хранение, поиск и т.п.) с применением ИКТ; владеть: – опытом решения аналитических и прогнозных задач маркетинга;
2	Реализация ИКТ в системе маркетинга	ОПК-7, СК-1	знать: – назначение и общую характеристику программных продуктов для маркетинга, роль Интернета в маркетинге; уметь: – формулировать цели и задачи информационного, технологического и программного обеспечения задач маркетинга;

			<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– опытом информационной деятельности на уровне продвинутого пользователя;</li> </ul>
3	Базы данных в маркетинге	ОПК-7, СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– функции и назначение систем управления базами данных, характеристики и специфику клиентских и корпоративных баз данных;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать с готовой базой данных как логическим средством и как средством обеспечения процессов принятия решений;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– опытом работы с базами данных в маркетинге на уровне продвинутого пользователя;</li> </ul>

### Критерии оценивания компетенций

<b>Код компетенции</b>	<b>Пороговый (базовый) уровень</b>	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b>	<b>Высокий (превосходный) уровень</b>
ОПК-7	Обладать навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Используя полученные знания, навыки и опыт в совершенстве решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
СК-1	Имеет теоретические знания в области маркетинга; способен выделять основные маркетинговые процессы на предприятии; способен к организации	Демонстрирует глубокие знания в области маркетинга; способен нетрадиционно подойти в выделению основных маркетинговых процессов;	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.

	маркетинговой деятельности на предприятии.	способен самостоятельно организовать маркетинговую деятельность.	
--	--	--	--

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

<b>№</b>	<b>Оценочное средство</b>	<b>Баллы</b>	<b>Оцениваемые компетенции</b>	<b>Семестр</b>
1	Комплект заданий для лабораторно-практических занятий	25	ОПК-7, СК-1	4л
2	Реферат	10	ОПК-7, СК-1	4л
3	Проект	15	ОПК-7, СК-1	4л
4	Тест	10	ОПК-7, СК-1	4л
5	Зачет	40	ОПК-7, СК-1	4л

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. Комплект заданий для лабораторно-практических занятий
2. Реферат
3. Проект
4. Тест
5. Зачет