МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет естественнонаучного образования, физической культуры и безопасности жизнедеятельности
Кафедра менеджмента и экономики образования

Приложение к программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

по дисциплине **«Маркетинг»**

Направление 35.03.10 «Ландшафтная архитектура»

Профиль «Садово-парковое и ландшафтное строительство»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой
_____/Сидунова Т.И.
«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:

– готовностью участвовать в подготовке проектно-сметной документации, определять стоимостные параметры основных производственных ресурсов при проектировании и строительстве (ПК-19).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компе-тенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-19	Ландшафтное проектирование	Бюджетирование, Маркетинг, Организация и планирование производства работ на объектах ландшафтного строительства, Организация производства на предприятиях АПК, Правовые основы природопользования и охрана окружающей среды, Экономика организации, Экономика отрасли, Экономика, организация и управление	Практика по получению первичных профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Проектно-конструкторская), Преддипломная практика

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 проблема-тика маркетинговой	ПК-19	знать: – теоретические основы и

	деятельности современных организаций		закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга; уметь: – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы; владеть: – опытом определения потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в сфере образования;
2	Маркетинговые исследования	ПК-19	знать: – методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные метода сбора, анализа и представления маркетинговой информации; уметь: – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; владеть: – навыками организации и проведения маркетинговых исследований;
3	Комплекс маркетинга	ПК-19	знать: – концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; соременные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж; функции службы сбыта; принципы управления марктеинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях; уметь: – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; использовать маркетинговые информационные

			системы; анализировать рыночные возможности, разрабатывать стратегию продвижения нового продукта; владеть: – методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок;
4	Управление системой маркетинговых воздействий	ПК-19	знать: – принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга; уметь: – использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей; владеть: – опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;

Критерии оценивания компетенций

Код компе-тенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-19	Имеет представления о подготовке проектно-сметной документации. Может в общих чертах определять стоимостные параметры основных производственных ресурсов при проектировании и строительстве.	Имеет глубокое знание о подготовке проектно-сметной документации. Демонстрирует владение опытом определения стоимостных параметров основных производственных ресурсов при проектировании и строительстве.	Демонстрирует уверенное владение методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции, навыками организации маркетинговых исследований. Демонстрирует уверенное умение подготовки проектно-сметной документации. Способен самостоятельно определять стоимостные параметры основных производственных ресурсов при проектировании и строительстве.

Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Выполнение докладов по вопросам семинаров	10	ПК-19	5з
2	Участие в дискуссии	10	ПК-19	5з
3	Выполнение проекта	20	ПК-19	5з
4	Выпонение практических заданий	20	ПК-19	5з
5	Выполнение докладов по вопросам семинаров	10	ПК-19	5л
6	Участие в дискуссии	10	ПК-19	5л
7	Выполнение проекта	20	ПК-19	5л
8	Выпонение практических заданий	20	ПК-19	5л
9	Аттестация с оценкой	40	ПК-19	5л

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. Выполнение докладов по вопросам семинаров
2. Участие в дискуссии

3. Выполнение проекта
4. Выпонение практических заданий
5. Аттестация с оценкой