

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет исторического и правового 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»

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование»

Профили «Право», «Экономика»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

 / Сидорова Г.И.

« 25 »  2017 г.

Волгоград
2017

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 реализовывать образовательные программы по учебным предметам в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-1	Методика обучения праву, Методика обучения экономике	Авторские технологии обучения праву, Авторские технологии обучения экономике, Бенчмаркинг, Внеклассная работа по экономике, Государственное регулирование экономики, Институциональная экономика, Конституционное право России, Маркетинг, Методика преподавания социальной экономики в школе, Мировой опыт преподавания экономики, Правовое воспитание школьников, Преподавание региональной экономики в школе, Работа с нормативно-правовыми документами на уроках права, Современные подходы к оцениванию в обучении праву	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

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 проблематика маркетинговой деятельности современных организаций	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом определения потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в сфере образования;
2	Маркетинговые исследования	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные метода сбора, анализа и представления маркетинговой информации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации и проведения маркетинговых исследований;
3	Комплекс маркетинга	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж;

			<p>функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях; уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок;
4	Управление системой маркетинговых воздействий	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-1	Имеет общие теоретические представления о закономерностях изучения предмета в классах с базовым и профильным	Демонстрирует прочные теоретические знания о закономерностях изучения предмета в классах с базовым	Демонстрирует глубокие знания теоретико-методологических и методических основ изучения предмета в классах с базовым и профильным уровнем преподавания с учётом требований ФГОС. Использует

	<p>уровнем преподавания с учётом требований ФГОС. Может по образцу проектировать методические модели, технологии и приёмы обучения предмету, планировать и разрабатывать рабочие программы, конспекты, сценарии и технологические карты уроков. Способен проводить экспертизу программы элективного курса по предмету, соотносить его содержание с требованиями ФГОС основного общего и среднего (полного) общего образования и осуществлять преподавательскую деятельность по реализации данного курса.</p>	<p>и профильным уровнем преподавания с учётом требований ФГОС. Может самостоятельно проектировать методические модели, технологии и приёмы обучения предмету, планировать и разрабатывать рабочие программы, конспекты, сценарии и технологические карты уроков. Способен вносить определённые коррективы в содержание программы элективного курса по предмету с учётом собственной методической концепции и требований ФГОС основного общего и среднего (полного) общего образования и осуществлять преподавательскую деятельность по реализации данного курса.</p>	<p>творческий подход при проектировании методических моделей, технологий и приёмов обучения предмету, планировании и разработке рабочих программ, конспектов, сценариев и технологических карт уроков. Способен самостоятельно проектировать содержание элективного курса по предмету с учётом требований ФГОС основного общего и среднего (полного) общего образования и осуществлять преподавательскую деятельность по реализации данного курса.</p>
--	--	--	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Выполнение докладов по вопросам семинаров	20	ПК-1	10
2	Участие в дискуссии	20	ПК-1	10
3	Выполнение проекта	20	ПК-1	10
4	Зачет	40	ПК-1	10

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. Выполнение докладов по вопросам семинаров
2. Участие в дискуссии
3. Выполнение проекта
4. Зачет