

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «**Маркетинг образовательных услуг**»

Направление 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями
подготовки)»

Профили «Экономика», «Математика»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

Зурин / *Зурин Е.В.*
« *26* » *апреля* 2019 г.

Волгоград
2019

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:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способен определять собственную позицию относительно дискуссионных проблем предметной области (в соответствии с профилем и уровнем обучения) (ПКР-5).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-1	Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения, Бенчмаркинг, Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении, Государственное регулирование экономики, ИКТ и медиаинформационная грамотность, Институциональная экономика, История экономики и экономических учений, Методика обучения экономике, Мировой опыт преподавания экономики, Национальная экономика, Планирование и управление образовательными процессами, Статистика, Философия, Финансы и кредит, Экономика образования,	Коммерческая деятельность, Маркетинг образовательных услуг, Мотивация и стимулирование трудовой деятельности, Налоги и налогообложение, Основы предпринимательской деятельности и бизнеса, Основы социального страхования, Социальная защита трудящихся и социальные стандарты, Стратегический менеджмент, Управление конфликтами в образовательном учреждении, Управление персоналом, Управление социальным развитием персонала, Управление человеческими ресурсами, Экономика малого бизнеса, Экономика отраслевых	Научно-исследовательская работа по экономике, Преддипломная практика, Учебная (ознакомительная) практика по экономике

	Экономика образовательного учреждения, Экономическая теория	рынков	
УК-2	Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения, Бенчмаркинг, Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении, Государственное регулирование экономики, Методика обучения экономике, Национальная экономика, Нормативно-правовые основы профессиональной деятельности, Планирование и управление образовательными процессами, Финансы и кредит, Экономика образования, Экономика образовательного учреждения	Коммерческая деятельность, Маркетинг образовательных услуг, Мотивация и стимулирование трудовой деятельности, Налоги и налогообложение, Основы предпринимательской деятельности и бизнеса, Основы социального страхования, Политические отношения в современной России, Правовая защита предпринимательской деятельности, Социальная защита трудящихся и социальные стандарты, Стратегический менеджмент, Управление конфликтами в образовательном учреждении, Управление персоналом, Управление социальным развитием персонала, Управление человеческими ресурсами, Экономика и социология труда, Экономика малого бизнеса, Экономика отраслевых рынков	Научно-исследовательская работа по экономике, Преддипломная практика, Учебная (ознакомительная) практика по экономике
ПКР-5	Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения, Бенчмаркинг, Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении, Государственное	Коммерческая деятельность, Маркетинг образовательных услуг, Мотивация и стимулирование трудовой деятельности, Налоги и налогообложение, Основы	Научно-исследовательская работа по экономике, Учебная (ознакомительная) практика по экономике

регулирование экономики, Институциональная экономика, Национальная экономика, Статистика, Финансы и кредит, Экономика образования, Экономика образовательного учреждения	предпринимательской деятельности и бизнеса, Основы социального страхования, Стратегический менеджмент, Управление персоналом, Экономика и социология труда, Экономика малого бизнеса, Экономика отраслевых рынков	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

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 в сфере образования	УК-1-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга в сфере образования; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы в деятельности образовательных учреждений; <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 в сфере образования	УК-1-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные метода

			<p>сбора, анализа и представления маркетинговой информации;</p> <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	УК-1-2	<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; функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях; <p>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 в сфере образования	УК-1-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы организации маркетинга в деятельности современного образовательного учреждения; 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; владеть: – опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;
--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-1	???	???	???
УК-2	???	???	???
ПКР-5	???	???	???

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Выполнение докладов по вопросам семинаров	10	УК-1-2	10
2	Участие в дискуссии	10	УК-1-2	10
3	Выполнение проекта	20	УК-1-2	10
4	Выполнение практических заданий	20	УК-1-2	10
5	Экзамен	40	УК-1-2	10

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. Выполнение практических заданий
5. Экзамен