МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса

Приложение к программе
учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

по дисциплине **«Маркетинг»**

Направление 38.03.01 «Экономика»

Профиль «Финансы и кредит»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой
_____ / Ю.А. Назаров
«19» февраля 2021 г.

Волгоград
2021

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 организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-9);
– способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компе-тенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-9	Маркетинг	Бизнес-анализ, Инновационный менеджмент, Конфликтология, Концепции современного естествознания, Организационная культура, Психология, Социология, Тайм-менеджмент, Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломная практика
ПК-10	Маркетинг, Этика деловых отношений	Бизнес-графика и презентационные технологии, Информатика, Информационные системы в управлении трудом, Информационные технологии в финансовой деятельности, Конфликтология, Культура речи и деловое общение, Культурология, Цифровизация финансовых систем	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, 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 проблематика маркетинговой деятельности современных организаций	ПК-9-10	знать: – теоретические основы и 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-9-10	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-9-10	знать: – концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные 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-9-10	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-9	Имеет теоретические представления о деятельности малой группы в рамках экономического проекта.	Демонстрирует знания о деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического	Способен принимать участие в деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта.

		проекта.	
ПК-10	Имеет теоретические представления о современных технических средствах и информационных технологиях.	Демонстрирует знания для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии.	Способен самостоятельно использовать современные технические средства и информационные технологии для решения коммуникативных задач.

Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)

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

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. Выполнение практических заданий
5. Зачет