

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 в цифровой экономике»**

Направление 38.04.02 «Менеджмент»
Магистерская программа «Транснациональный менеджмент и аудит в мировой
экономике»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

_____ /Жадаев Ю.А.

« 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:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-1	Философия и методология науки	Бизнес-анализ корпоративных стратегий, Глобальный операционный менеджмент, Корпоративное право, Маркетинг в цифровой экономике, Международная оценка стоимости бизнеса корпорации, Международная экономическая экспертиза корпорации, Международный финансовый учет и контроль, Правовые основы в мировой экономике, Стратегическое управление корпорацией в мировой экономике, Управленческий аудит финансовых стратегий, Управленческий бизнес-анализ инноваций, Финансовый консалтинг в транснациональном менеджменте, Цифровая трансформация и новые бизнес-модели	Научно-исследовательская работа, Ознакомительная практика, Педагогическая практика, Практика по профилю профессиональной деятельности
УК-2	Управленческая	Маркетинг в цифровой	Научно-

	экономика	экономике, Международная оценка стоимости бизнеса корпорации, Международная экономическая экспертиза корпорации, Форсайт компетенции в транснациональном менеджменте, Цифровая трансформация и новые бизнес-модели	исследовательская работа, Ознакомительная практика, Педагогическая практика, Практика по профилю 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 проблема-тика маркетинговой деятельности современных организаций	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; <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	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 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	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	УК-1-2	<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
УК-1	<p>Имеет теоретические представления об особенностях системного и критического мышления. Способен к анализу информации, проблемной ситуации как системы, выявлению ее составляющих и связей между ними.</p>	<p>Способен к применению логических форм и процедур в процессе мыслительной деятельности, к осуществлению поиска алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Демонстрирует способность определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке и предлагать способы их решения.</p>	<p>Демонстрирует умение разрабатывать стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидеть результат каждого из них и оценивать их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности. Владеет способностью к самостоятельному принятию обоснованного решения на основе собственного суждения и оценки информации. Способен вырабатывать стратегию действий и способен к определению практических последствий предложенного решения задачи.</p>
УК-2	<p>Имеет теоретические представления об использовании проектирования в экономической деятельности, способен интегрировать организационную и управленческую деятельность. Способен разрабатывать концепцию проекта</p>	<p>Демонстрирует способность к диагностированию затруднения включенности подчиненных в проектную деятельность, способен к селекции методов, приёмов, форм включённости в проектирование. Способен формировать план</p>	<p>Демонстрирует умение распределять проектные задания и мотивировать подчиненных к участию в проекте, умение управлять процессом обсуждения и доработки проекта; разработкой программы реализации проекта. Демонстрирует умение публичного представления результатов проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях.</p>

	в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.	реализации проекта и план контроля за его выполнением, прогнозировать результат деятельности и планировать последовательность шагов для его достижения.	
--	---	---	--

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

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

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