

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»
Профили «Бухгалтерский учет», «анализ и аудит»

очно-заочная форма обучения

Заведующий кафедрой
_____ / Жадаев Ю.А.

« 30 » мая 2022 г.

Волгоград
2022

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 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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-2	Макроэкономика, Маркетинг, Налоги и налогообложение, Основы страхового дела, Экономика управления персоналом	Автоматизированные системы обработки управленческой информации, Анализ хозяйственной деятельности организации, Аудит, Бухгалтерский учет в коммерческих организациях, Бухгалтерский учет в сфере образования, Государственное регулирование экономики, Деньги, кредит, банки, Конфликтология, Концепции современного естествознания, Корпоративные финансы, Лабораторный практикум по бухгалтерскому учету, Налоговое планирование и консультирование, Налоговый учет и отчетность, Общий режим налогообложения, Психология, Судебно-бухгалтерская	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломная практика

		экспертиза	
УК-3	Бухгалтерское дело, Макроэкономика, Маркетинг, Налоги и налогообложение, Финансовые рынки, Экономика организации	Деньги, кредит, банки, Организационная культура, Психология, Социология	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	УК-2-3	<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-2-3	<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; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации и проведения маркетинговых исследований;
3	Комплекс маркетинга	УК-2-3	<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-2-3	<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>

			– опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;
--	--	--	---

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-2	Определяет цель, задачи, этапы реализации проектов.	Выбирает оптимальные способы достижения задач, этапов проектов с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений.	Выбирает наилучший из доступных и проанализированных вариантов в рамках действующей нормативно-правовой базы и складывающихся условий из расчета влияния конкурентов и контрагентов.
УК-3	Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели при работе в команде.	Осуществляет конструктивные стратегии взаимодействия в команде с учетом своей роли и способов решения задач.	Осознает свою роль в коллективе, определяет ее лидирующую позицию, способен нести ответственность за действия группы.

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

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

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