

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Попов Анатолий Николаевич
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2021 09:30:55
Уникальный программный ключ:
1e0c38dca0aee73cee1e5e09c1d5873fc7497ba8

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Маркетинг инноваций на транспорте

(наименование дисциплины(модуля))

Направление подготовки / специальность

27.03.05 Инноватика

(код и наименование)

Направленность (профиль)/специализация

Управление инновациями

(наименование)

Содержание

1. Пояснительная записка.
2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.
3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации.

1. Пояснительная записка

Цель промежуточной аттестации – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции
Компетенция 1 ОПК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
Компетенция 2 ПК-9: способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования

Результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы
Компетенция 1 ОПК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Обучающийся знает: важнейшие понятия, связанные с маркетингом инноваций	Вопросы (№ 1 - №5)
	Обучающийся умеет: анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	Ситуационные задачи
	Обучающийся владеет: навыками проведения анализа предметной области и представления результатов для аудитории	Реферат
Компетенция 2 ПК-9: способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования)	Обучающийся знает: Аудит в инновационной сфере	Вопросы (№ 16-20)
	Обучающийся умеет: ориентироваться в рыночной среде	Ситуационные задачи
	Обучающийся владеет: методы и критерии оценки инновационных проектов	Реферат

Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в одной из следующих форм:

- 1) ответ на билет, состоящий из теоретических вопросов и практических заданий;
- 2) выполнение заданий в ЭИОС СамГУПС.

2. Типовые¹ контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций

2.1 Типовые вопросы (тестовые задания) для оценки знаниевого образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
<p>Компетенция 1 ОПК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p>	<p>Обучающийся знает: важнейшие понятия, связанные с маркетингом инноваций</p>
	<p>1 Какие проблемы нововведений существуют в настоящее время? 1 низкие темпы НТП; 2 несоответствие имеющегося ассортимента товаров массового потребления быстроменяющемуся спросу населения. 3 отсутствие гибкости всех структур, чрезмерная длительность инновационных процессов; 4 ограниченность распространения, отсутствие заинтересованности в нововведениях; отсутствие развитой теории управления нововведениями; 5 все ответы верны.</p> <p>2 Какие направления развития теории появились внутри самой инноваций? 1 формирование и диффузия новшеств; 2 адаптация человека к новшествам; 3 инновационные организации, выработка инновационных решений, проблемы самофинансирования и регулирования; 4 формирование и диффузия новшеств, адаптация человека к ним, приспособление их к человеческим потребностям, выработка инновационных решений; 5 экономические методы, закономерности процессов внедрения новшеств.</p> <p>3 В чем заключается одна из сложнейших задач предпринимательства? 1 поиск новых идей; 2 реализация новых идей; 3 поиск новых идей и их реализация; 4 поиск финансовых средств; 5 поиск рынков сбыта.</p> <p>4 Что понимается под инновационным предпринимательством? 1 производство новой продукции; ? 2 процесс создания и коммерческого использования научно-технологических нововведений; 3 процесс обновления потенциала предприятия; 4 процесс планомерного улучшения гуманитарной сферы предприятия; 5 производство новых товаров, новой технологии.</p> <p>5 Какие виды инновационного предпринимательства выделяются в настоящее время? 1 инновация управления; социальные инновации; 2 инновация продукции, технологии;</p>

¹ Приводятся типовые вопросы и задания. Оценочные средства, предназначенные для проведения аттестационного мероприятия, хранятся на кафедре в достаточном для проведения оценочных процедур количестве вариантов. Оценочные средства подлежат актуализации с учетом развития науки, образования, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы. Ответственность за нераспространение содержания оценочных средств среди обучающихся университета несут заведующий кафедрой и преподаватель – разработчик оценочных средств.

- 3 инновация организационной культуры;
- 4 инновация продукции, технологии и услуг;
- 5 социальные инновации, инновации продукции, технологии.

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
<p>Компетенция 2 ПК-9: способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования)</p>	<p>Обучающийся знает: Аудит в инновационной сфере</p>
<p>6 Чем объясняется сокращение числа организаций, выполняющих научные исследования и разработки?</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 снижением спроса на новую продукцию; 2 повышением неопределенности в результатах ОКР; 3 сокращением объемов финансирования развития науки и обновления основных фондов научных организаций; 4 большим ввозом импортной продукции; 5 увеличением производительности труда работников сферы науки. <p>7 Маркетинговое наблюдение представляет собой:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 источник внешней маркетинговой информации 2 сбор внешней текущей информации 3 метод сбора маркетинговой информации 4 все ответы верны <p>8 Первичные данные представляют собой...</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 простейшие сведения о характеристиках товара 2 информацию, полученную при опросе покупателей 3 первые сообщения о росте продажи товара 4 данные о товаре-новинке <p>9 В каком принципе планирования инноваций находит свое полное выражение концепция скользящего планирования?</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 гибкости; 2 эластичности; 3 непрерывности; 4 сбалансированности; 5 научной обоснованности. <p>10. Как планируется внутрифирменное планирование инноваций в зависимости от целей:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 математическое, статистическое; 2 активное, пассивное; 3 краткосрочное, долгосрочное; 4 продуктивное, тематические; 5 стратегическое и оперативное. 	

2.2 Типовые задания для оценки навыкового образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование	Образовательный результат
--------------------	---------------------------

компетенции	
Компетенция 1 ОПК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Обучающийся умеет: анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов
<p>Ситуационная задача для решения методом анализа конкретных ситуаций</p> <p>Задание № 1</p> <p>В последнее время активное развитие получила такая форма предпринимательства, как прямые продажи или сетевой маркетинг. Одной из компаний, работающей по сетевому маркетингу, является российская компания «Faberlic» по производству кислородной косметики. Сервисные центры компании открыты в 44 регионах России (в том числе и в Республике Дагестан), более чем в 280 городах России и странах ближнего зарубежья. К уникальной продукции был приложен не менее уникальный маркетинг-план, вобравший в себя лучшие черты, наработанные западными компаниями и учитывающие специфику российской экономики — многоуровневый маркетинг.</p> <p>Данная концепция предполагает создание многоуровневой организации, призванной продвигать товары и услуги от производителя к потребителю, используя прямой контакт человека с человеком. Доход в виде комиссионного вознаграждения распределяется на все уровни и складывается по системе: прибыль от личных продаж + вознаграждение от работы в сети. Чем больше вы вовлекаете в свою сеть консультантов, тем больше растет ваш доход. Компания выплачивает вознаграждение и за стабильность работы. В компании «Faberlic» приступить к работе может любой человек, так как начальные капиталовложения минимальны (107 руб. для набора литературы), обучение бесплатное в любом сервисном центре, существует возможность бесплатно пользоваться офисным оборудованием и приобретать печатную продукцию по ассортименту и бизнесу, а также использовать в целях агитации рекламу, организуемую фирму</p> <p>Вопросы к заданию:</p> <p>Проанализируйте и оцените действия фирмы «Faberlic» по продвижению продукции. Что еще можно предложить компании для привлечения распространителей ее продукции? В чем преимущество ведения бизнеса с помощью сетевого маркетинга?</p>	

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 2 ПК-9: способностью использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования)	Обучающийся умеет: ориентироваться в рыночной среде
<p>Ситуационная задача для решения методом анализа конкретных ситуаций</p> <p>Задание № 2</p> <p>В 2004 г. ОАО «Гидропривод» издало красочный номенклатурный справочник выпускаемой предприятием промышленной продукции. В недалеком прошлом «Гидропривод» был единственным в стране изготовителем уникального оборудования для электротермической закалки продукции, выпускаемой машиностроительным комплексом. Сейчас в условиях свободной конкуренции ситуация изменилась: у завода появились конкуренты на товарном рынке внутри страны и за ее пределами. Вот и пришлось выпустить номенклатурный справочник, чтобы потенциальный покупатель знал продукцию АО.</p> <p>Руководство завода побывало на многих предприятиях Центральной России, Урала, Сибири, других регионов, чтобы восстановить партнерские связи. И они</p>	

были восстановлены с рядом предприятий мостостроения, угледобычи, перерабатывающей промышленности. В результате в 2004 г. завод утроил объем произведенной и реализованной электротермической продукции (закально-отпускные агрегаты и электропечи сопротивления). Выпускают на заводе и электропечи для обжига и сушки эмали.

Но, в связи с тем, что тарифы на коммунальные услуги, электроэнергию, природный газ, воду, комплектующие детали и материалы, растут и буквально в течение года подскочили в несколько раз, дорожают и выпускаемые заводом изделия. Особенно отрицательно это сказывается на товарах народного потребления, производство которых убыточно из-за низких цен на изделия. А иначе люди вряд ли их купят. Кроме того, увеличению спроса мешает и невысокое качество, повысить которое невозможно из-за изношенности станков и инструмента. А на приобретение новых станков нет денег.

Возрождению былой мощи завода мешают и неожиданно объявившиеся конкуренты в разных регионах. Такую же продукцию, как на «Гидропривод», стали изготавливать предприниматели в Москве, на Уральском трубопрокатном заводе. Конкуренты захватили рынок в Грузии, ищут пути сбыта в

Азербайджане, где завод имел давних партнеров. Поэтому руководству завода предстоит серьезная работа по сохранению ведущих позиций на товарном рынке страны.

Вопросы к заданию:

Проанализируйте и оцените действия руководства завода по продвижению продукции.

Какие вы можете предложить направления, способствующие продвижению продукции, повышению конкурентоспособности завода?

Как снизить коммерческий риск при проведении мероприятий по продвижению продукции?

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Обучающийся владеет: навыками проведения анализа предметной области и представления результатов для аудитории
Компетенция 2 ПК-9: способность использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования)	Обучающийся владеет: методы и критерии оценки инновационных проектов

В ФОС включены темы рефератов:

1. Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга.
2. Инновационные методы исследования потребителей.
3. Роль бизнес-моделирования как инновационного вида разработки маркетинговых стратегий.
4. Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга.
5. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях.
6. Особенности и инструменты вирусного и партизанского маркетинга.
7. Сенсорный маркетинг как инновационный вид маркетинга.
8. Инструменты и современное развитие латерального маркетинга.
9. Нейромаркетинг как инновационный вид маркетинга.
10. Когнитивный маркетинг и его применение в маркетинговой практике.
11. Социальный маркетинг как инновационный вид маркетинга.
12. Развитие экологического маркетинга.

13 Маркетинг высокотехнологичной продукции.

14 Инновационные направления развития логистического аутсорсинга.

2.3. Перечень вопросов для подготовки обучающихся к промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену (5 семестр)

1. В чем принципиальное отличие определений новшество и инновация?
 2. Какие примеры порядковым инновациям, вы можете привести?.
 3. Какие функции маркетинга реализуются на первом этапе анализа рынка?
 4. Какие функции маркетинга реализуются на втором этапе анализа рынка?
 5. Какие меры необходимо принять на предприятии для ускорения процесса разработки и внедрения маркетинга инноваций?
 6. В каких аспектах рассматривается природа формирования инновационного продукта?
 7. Какие условия необходимо проанализировать в процессе создания инновационного продукта?
 8. Обоснуйте необходимость изучения поведения потребителей при формировании нового товара?
 9. На какие этапы делят процесс создания нового продукта?
 10. Какие основные категории маркетинга сопровождают инновационный продукт?
- В чем сущность механизма рынка инноваций?
11. Какие факторы блокируют выход предприятия на рынок инноваций?
 12. В чем сущность трансферта технологий?
 13. Какие существуют направления государственной поддержки инновационной деятельности?
 14. Как факторы внешней среды, а именно политический и экономический, формируют продуктовую политику предприятия?
 15. Опишите PEST-анализ, и в чем его практическая значимость?
 16. В чем стратегическая значимость методов формирования продуктовой политики?
 17. Что входит в процесс управления инновациями на предприятиях?
 18. Какие критерии выделяют в процессе оценки инновационного проекта?
 19. Какие инновационные стратегии наиболее применимы для сферы B2B?

20. Как факторы потребительского поведения влияют на формирование инновационного замысла? **Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации**

Критерии формирования оценок по ответам на вопросы, выполнению тестовых заданий

- оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы составляет 100 – 90% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы – 89 – 76% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на тестовые вопросы –75–60 % от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов – менее 60% от общего объема заданных вопросов.

Критерии формирования оценок по результатам выполнения заданий

«Отлично/зачтено» – ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

«Хорошо/зачтено» – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.

«Удовлетворительно/зачтено» – ставится за работу, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной

грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и двух недочетов.

«Неудовлетворительно/не зачтено» – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки «удовлетворительно» или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Виды ошибок:

- *грубые ошибки: незнание основных понятий, правил, норм; незнание приемов решения задач; ошибки, показывающие неправильное понимание условия предложенного задания.*

- *негрубые ошибки: неточности формулировок, определений; нерациональный выбор хода решения.*

- *недочеты: нерациональные приемы выполнения задания; отдельные погрешности в формулировке выводов; небрежное выполнение задания.*

Критерии формирования оценок по экзамену

«Отлично» (5 баллов) – обучающийся демонстрирует знание всех разделов изучаемой дисциплины: содержание базовых понятий и фундаментальных проблем; умение излагать программный материал с демонстрацией конкретных примеров. Свободное владение материалом должно характеризоваться логической ясностью и четким видением путей применения полученных знаний в практической деятельности, умением связать материал с другими отраслями знания.

«Хорошо» (4 балла) – обучающийся демонстрирует знания всех разделов изучаемой дисциплины: содержание базовых понятий и фундаментальных проблем; приобрел необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний, не допустил фактических ошибок при ответе, достаточно последовательно и логично излагает теоретический материал, допуская лишь незначительные нарушения последовательности изложения и некоторые неточности. Таким образом данная оценка выставляется за правильный, но недостаточно полный ответ.

«Удовлетворительно» (3 балла) – обучающийся демонстрирует знание основных разделов программы изучаемого курса: его базовых понятий и фундаментальных проблем. Однако знание основных проблем курса не подкрепляется конкретными практическими примерами, не полностью раскрыта сущность вопросов, ответ недостаточно логичен и не всегда последователен, допущены ошибки и неточности.

«Неудовлетворительно» (0 баллов) – выставляется в том случае, когда обучающийся демонстрирует фрагментарные знания основных разделов программы изучаемого курса: его базовых понятий и фундаментальных проблем. У экзаменуемого слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, имеются затруднения в изложении материала, отсутствуют необходимые умения и навыки, допущены грубые ошибки и незнание терминологии, отказ отвечать на дополнительные вопросы, знание которых необходимо для получения положительной оценки.

Экспертный лист
оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации по
дисциплине «**Маркетинг инноваций на транспорте**
по направлению подготовки/специальности
27.03.05 Инноватика
шифр и наименование направления подготовки/специальности

Управление инновациями
профиль / специализация

Бакалавр
квалификация выпускника

1. Формальное оценивание			
Показатели	Присутствуют	Отсутствуют	
Наличие обязательных структурных элементов:			
– титульный лист	+		
– пояснительная записка	+		
– типовые оценочные материалы	+		
– методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания	+		
Содержательное оценивание			
Показатели	Соответствует	Соответствует частично	Не соответствует
Соответствие требованиям ФГОС ВО к результатам освоения программы	+		
Соответствие требованиям ОПОП ВО к результатам освоения программы	+		
Ориентация на требования к трудовым функциям ПС (при наличии утвержденного ПС)	+		
Соответствует формируемым компетенциям	+		

Заключение: ФОС рекомендуется/ не рекомендуется к внедрению; обеспечивает/ не обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения; критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают/ не обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения.

Эксперт:

доцент кафедры теории и практики управления Оренбургского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, к.э.н., доцент



_____/ Бекбергенева Д.Е.

(подпись)