

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Основы маркетинга инноваций»

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций представлены в разделе «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины «Основы маркетинга инноваций» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Основы маркетинга инноваций» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент проявил знание программного материала, демонстрирует сформированные (иногда не полностью) умения и навыки, указанные в программе компетенции, умеет (в основном) систематизировать материал и делать выводы	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не усвоил основное содержание материала, не умеет систематизировать информацию, делать выводы, четко и грамотно отвечать на заданные вопросы,	0-24	<i>Не зачтено</i>

демонстрирует низкий уровень овладения необходимыми компетенциями		
---	--	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

№ пп	Вопрос/Задача	Проверяемые компетенции
1	Используя способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений выявите элементы коммуникационной политики фирмы: реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, личные продажи.	ПК-6
2	Используя способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений выявите особенности рынка инноваций в России.	ПК-6
3	Используя способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений выявите источники инновационных возможностей.	ПК-6
4	Используя знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, ответьте на вопрос, каковы особенности маркетинга в научно-технической сфере. Инновационный маркетинг, его цели и особенности. Факторы, осложняющие продажу инновационных продуктов?	ПК-9
5	Используя знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, ответьте на вопрос, особенности продажи инноваций в секторе B2C?	ПК-9
6	Используя знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли выявите государственное регулирование рынка инноваций в России.	ПК-9

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.