

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

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

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ПК-2: способностью осуществлять сбор данных, изучать, анализировать и обобщать научно-техническую информацию по тематике исследования, разработке и использованию технической документации, основным нормативным документам по вопросам интеллектуальной собственности, подготовке документов к патентованию, оформлению ноу-хау	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 «Маркетинг инноваций» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Маркетинг 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, демонстрирует низкий уровень овладения необходимыми компетенциями	0-24	<i>Не зачтено</i>

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

№ пп	Вопрос/Задача	Проверяемые компетенции
1	<p>Основы экономических знаний в различных сферах деятельности. Особенности сбора данных, изучения, анализа и обобщения научно-технической информации по тематике исследования, разработке и использованию технической документации, основным нормативным документам по вопросам интеллектуальной собственности, подготовке документов к патентованию, оформлению ноу-хау. Понятие маркетинга инноваций. Анализ спроса на инновации. Мотивация инноваций. Рекламная и сбытовая политика. Инновационные риски.</p> <p>Задача. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличить долю фирмы с 14% до 18% при ёмкости рынка 52 млн. штук товара. Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящей году, если прибыль на одно изделие составляет 1 400 руб., а ёмкость рынка не изменится. Затраты на маркетинговые исследования в расчете на год составляют 65 млн. руб.</p>	ОК-3, ПК-2
2	<p>Обработка патентной информации при проведении маркетинговых исследований. Ценовая политика в маркетинге инноваций.</p> <p>Задача. Определить среднегодовую цену товара, если известно, что цена в начале год была 10 тыс. руб. за единицу. С 1 февраля цена повысилась на 12%, с 1 мая - еще на 15%.оборот по реализации за год составил 200 тыс. ед. продукции, в том числе за I квартал - 50 тыс. шт., из них в январе - 18 тыс. шт; за II квартал - 75 тыс. шт., из них в апреле - 27 тыс. шт.</p>	ПК-2

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