

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Сертификация и маркетинг в области новых материалов и технологий»**

*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 жизнедеятельности	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ПК-11: способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации изделий, элементы экономического анализа в практической деятельности	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 «Сертификация и маркетинг в области новых материалов и технологий» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Сертификация и маркетинг в области новых материалов и технологий» 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	Стратегия маркетинга: матрица возможностей по товарам и рынкам.	ОК-3
2	Внешняя и внутренняя среда маркетинга	ОК-3
3	Сегментирование рынка. Принципы и методы изучения потребителей. Критерии сегментации рынка.	ОК-3
4	Особенности промышленного маркетинга: исследование рынков, маркетинговые коммуникации в промышленной среде, сбыт промышленных услуг	ОК-3
5	Обязательная и добровольная сертификация.	ПК-11
6	Этапы сертификации.	ПК-11
7	Привести признаки сегментирования рынка композиционных материалов.	ОК-3
8	Охарактеризовать этапы сертификации нового материала.	ПК-11

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