

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Маркетинг

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очно-заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Управление маркетингом в инновационной деятельности**

**Москва
2022**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

(подпись)

О.В.

Колесникова

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень,
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка
подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен руководить выполнением типовых задач тактического планирования производства

ИД-3 Выбирает способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов

2. ПК-3 Способен осуществлять деятельность по выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей

ИД-2 Определяет целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Маркетинг нового продукта и инновационный маркетинг (Проверочная работа)
2. Общие вопросы маркетинга (Проверочная работа)
3. Планирование нового продукта. Прямой и интерактивный маркетинг и маркетинг новых технологий (Проверочная работа)
4. Стратегический и тактический инновационный маркетинг (Проверочная работа)

БРС дисциплины

9 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	10	14
Общие вопросы маркетинга					
Роль маркетинга в экономическом развитии страны на современном этапе		+			
Рынок. Комплекс маркетинга		+			
Стратегический и тактический инновационный маркетинг					
Стратегический инновационный маркетинг			+		
Тактический инновационный маркетинг			+		

Маркетинг нового продукта и инновационный маркетинг				
Маркетинг нового продукта			+	
Инновационный маркетинг			+	
Планирование нового продукта. Прямой и интерактивный маркетинг и маркетинг новых технологий				
Планирование цены и объема выпуска нового продукта				+
Прямой и интерактивный маркетинг				+
Маркетинг новых технологий				+
Вес КМ:	25	25	25	25

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

БРС курсовой работы/проекта

9 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Согласование темы работы и содержания. Оформление введения		+			
Сбор и анализ теоретической информации. Оформление первой главы работы			+		
Сбор информации и проведение расчётов практической части. Оформление второй главы работы и заключения				+	
Оформление курсовой работы. Подготовка презентации к защите					+
Вес КМ:		15	30	30	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-3ПК-1 Выбирает способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	Знать: способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов Уметь: выбирать способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	Общие вопросы маркетинга (Проверочная работа) Маркетинг нового продукта и инновационный маркетинг (Проверочная работа)
ПК-3	ИД-2ПК-3 Определяет целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации	Знать: целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию Уметь: определять целевой клиентский сектор и	Стратегический и тактический инновационный маркетинг (Проверочная работа) Планирование нового продукта. Прямой и интерактивный маркетинг и маркетинг новых технологий (Проверочная работа)

		оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации	
--	--	---	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Общие вопросы маркетинга

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Проверочная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется индивидуально, время на выполнение - 30 минут

Краткое содержание задания:

Проверочная работа по пройденному материалу

Контрольные вопросы/задания:

Знать: способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	1.Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга 2.Изменение внешней и внутренней среды организации 3.Маркетинг партнерских отношений 4.Создание потребительских цепочек ценностей 5.Противоречия маркетинга на российском рынке 6.Изучение рынка, его типы и особенности маркетинга 7.Товар в маркетинговой деятельности 8.Комплексное исследование товарного рынка 9.Анализ продавцов и покупателей инноваций 10.Изучение поведения потребителей при выборе нового товара
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-2. Стратегический и тактический инновационный маркетинг

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Проверочная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется индивидуально, время на выполнение - 30 минут

Краткое содержание задания:

Проверочная работа по пройденному материалу

Контрольные вопросы/задания:

Знать: целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию	1.Общая характеристика стратегического инновационного маркетинга 2.Регулярный инновационный маркетинг – метод управления конкурентоспособностью фирмы 3.Санационный инновационный маркетинг 4.Виды решений, принимаемых фирмой 5.Цели и задачи тактического инновационного маркетинга 6.Маркетинговое исследование по новому продукту и его позиционирование 7.Исследование спроса и ёмкости рынка 8.Методы формирования спроса и стимулирования сбыта 9.Прогнозные оценки маркетинговой информации 10.Формирование товарной политики и рыночной стратегии
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-3. Маркетинг нового продукта и инновационный маркетинг

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Проверочная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется индивидуально, время на выполнение - 30 минут

Краткое содержание задания:

Проверочная работа по пройденному материалу

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: выбирать способы	1.Классификация инноваций
-------------------------	---------------------------

организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	2.Продуктовые и процессные инновации 3.Клиентоориентированная типология инноваций 4.Инновационная активность фирмы в управлении удовлетворением потребностей и обеспечением собственной конкурентоспособности 5.Характеристика инновации как товара 6.Жизненный цикл продуктовых инноваций 7.Процесс становления нового продукта 8.Инновационное дополнение товара 9.Информационная поддержка рекламы и сбыта 10.Организация системы сбыта нового продукта
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-4. Планирование нового продукта. Прямой и интерактивный маркетинг и маркетинг новых технологий

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Проверочная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется индивидуально, время на выполнение - 30 минут

Краткое содержание задания:

Проверочная работа по пройденному материалу

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: определять целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации	1.Ценовые стратегии и методика определения цены на базисную, улучшающую и рационализирующую продуктовую инновацию 2.Разработка ценовой политики 3.Сценарий зонтичного ценообразования 4.Прямой и интерактивный маркетинг 5.Технологии как товар 6.Классификация технологий: производственных, управленческих, информационных 7.Трансферт технологий: лицензии, ноу-хау 8.Типология покупателей технологий 9.Стратегия, тактика и организация маркетинга
--	---

	технологий 10.Ценообразование, сбыт и продвижение технологий
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

- 1.Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга
- 2.Продуктовые и процессные инновации
- 3.Практическое задание

Процедура проведения

Экзамен проводится в устной форме по билетам, время на подготовку к ответу - 45 минут

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-ЗПК-1 Выбирает способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов

Вопросы, задания

- 1.Товар в маркетинговой деятельности
- 2.Общая характеристика стратегического инновационного маркетинга
- 3.Цели и задачи тактического инновационного маркетинга
- 4.Продуктовые и процессные инновации
- 5.Инновационное дополнение товара

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.Какое из определений характеризует термин «инновация» наиболее полно

Ответы:

- a) новый метод;
- b) введение нового;
- c) внедрение новшества в производственный процесс.

Верный ответ: c

- 2.Процесс перевода новации в инновацию требует затрат, основными из которых являются

Ответы:

- a) финансы и информация;
- b) труд и капитал;
- c) инвестиции и время.

Верный ответ: b

- 3.Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть

Ответы:

- a) жизненный цикл инновации;
- b) жизненный период инновации;
- c) инвестиционный период новшества.

Верный ответ: c

- 4.Форма передачи технологий, ведущая к поддержке производства без его коренного изменения, – это

Ответы:

- a) имитационная;
- b) адаптивная;
- c) инновативная

Верный ответ: c

5. Проведение маркетингового исследования, подготовка программы выпуска продукции, разработка технических решений – это элементы

Ответы:

- a) формирование инвестиционного замысла;
- b) исследование инвестиционных возможностей;
- c) ТЭО проекта.

Верный ответ: a

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2ПК-3 Определяет целевой клиентский сектор и оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации

Вопросы, задания

1. Эволюция роли потребителя и концепции маркетинга
2. Информационная поддержка рекламы и сбыта
3. Разработка ценовой политики
4. Прямой и интерактивный маркетинг
5. Ценообразование, сбыт и продвижение технологий

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Основным товаром рынка является

Ответы:

- a) научный результат;
- b) научный и научно-технический результат;
- c) патент, авторское право.

Верный ответ: b

2. К основным этапам инновационного процесса относят

Ответы:

- a) проведение фундаментальных исследований; исследование прикладного характера; опытно-конструкторские работы; процесс коммерциализации;
- b) создание инноваций; привлечение инвестиций; опытно-конструкторские, работы; процесс коммерциализации;
- c) проведение фундаментальных исследований, маркетинг, привлечение инвестиций, процесс коммерциализации.

Верный ответ: b

3. Чем характеризуется циклическое развитие страны

Ответы:

- a) объемом промышленного производства;
- b) удельным весом выпуска новой техники;
- c) все вышеперечисленное.

Верный ответ: a

4. По инновационному потенциалу выделяют инновации

Ответы:

- a) замещающие, возвратные;
- b) радикальные, комбинаторные, улучшающие;
- c) возвратные, диффузные.

Верный ответ: a

5. К основным инструментам реализации государственной политики можно отнести

Ответы:

- а) систему финансирования;
- б) концепцию инновационного развития;
- с) инновационную стратегию.

Верный ответ: а

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 65

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка выставляется из расчета среднего арифметического значения оценки семестровой составляющей по текущему контролю успеваемости и оценки за промежуточную аттестацию

Для курсового проекта/работы:

9 семестр

Форма проведения: Защита КП/КР

I. Процедура защиты КП/КР

Курсовая работа должна быть сдана на проверку не позже чем за три дня до предполагаемой защиты. К отчету должен быть приложен PDF-файл с полным текстом КР, а также презентация проекта в формате Power Point. Преподаватель оценивает отчет и презентацию в целом, выставляет балл и сообщает эту оценку обучающемуся. Защита проводится с презентацией не более 5 минут

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Во введении указаны актуальность, цель и задачи, предмет и объект, новизна и значимость, методологическая база. Тема проекта раскрыта полностью: рассмотрены основные тезисы и определения, методики и правила, теории, в практическом разделе присутствуют выводы и аргументация позиции автора; Оформление соответствует установленным в ВУЗе требованиям. Работа прошла проверку на плагиат. В заключении подтверждается актуальность и значимость исследования, делаются основные выводы о проделанной работе, сопоставляется изначально поставленная цель и полученные результаты, присутствуют обоснованные умозаключения автора. Допускаются незначительные ошибки, которые не отражаются на качестве и результатах исследования.

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Студент максимально учел требования ГОСТ, но при этом в работе присутствуют мелкие погрешности в оформительской части. Тема раскрыта полностью, материал изложен в научном стиле. Не исключены небольшие неточности в формулировках предложений. Выводы автора аргументированы, но слишком сжаты. Введение и заключение не противоречат друг другу, но имеются некоторые недостатки: слабо подтверждается актуальность, проблема поставлена слишком размыто и пр. Работа прошла проверку на плагиат.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 65

Описание характеристики выполнения знания: Во введении отсутствует один или несколько обязательных элементов (актуальность, значимость, новизна, методология и пр.) В основной части наблюдается несвязность текста, неаргументированные выводы, по большей части пересказ чужих идей без их конкретного анализа, нарушения стиля изложения текста и пр. В оформлении работы присутствуют грубые ошибки. Требования к плагиату соблюдены.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка за курсовую работу определяется как оценка на защите