

**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
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Бузулуцкая М.В.
	Идентификатор	R63c9420d-BuzulutskaMV-7f504c

М.В.
Бузулуцкая

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

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

О.В.
Колесникова

Заведующий
выпускающей
кафедрой

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

Н.Л. Кетоева

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-2 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

2. РПК-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

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

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

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

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

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

БРС курсовой работы/проекта

9 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по курсовой работе:

- КМ-1 Контрольное мероприятие 1
- КМ-2 Контрольное мероприятие 2
- КМ-3 Контрольное мероприятие 3
- КМ-4 Контрольное мероприятие 4

Вид промежуточной аттестации – защита КР.

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-2	ИД-2ПК-2 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 оптимальную сбытовую стратегию при содействии маркетинговой службы организации	КМ-2 Стратегический и тактический инновационный маркетинг (Проверочная работа) КМ-4 Планирование нового продукта. Прямой и интерактивный маркетинг и маркетинг новых технологий (Проверочная работа)
РПК-1	ИД-3РПК-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	КМ-1 Общие вопросы маркетинга (Проверочная работа) КМ-3 Маркетинг нового продукта и инновационный маркетинг (Проверочная работа)

		(различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	
--	--	---	--

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
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 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
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 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: выбирать способы организации производства инновационного продукта в изменяющихся (различных) условиях рабочей ситуации, планирования и контроля реализации проектов	1.Классификация инноваций 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 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
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 («отлично»)

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 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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-2ПК-2 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:

- а) замещающие, возвратные;
- б) радикальные, комбинаторные, улучшающие;
- с) возвратные, диффузные.

Верный ответ: а

5. К основным инструментам реализации государственной политики можно отнести

Ответы:

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

Верный ответ: а

2. Компетенция/Индикатор: ИД-ЗРПК-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:

- а) новый метод;
- б) введение нового;
- с) внедрение новшества в производственный процесс.

Верный ответ: с

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

Ответы:

- а) финансы и информация;
- б) труд и капитал;
- с) инвестиции и время.

Верный ответ: б

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

Ответы:

- а) жизненный цикл инновации;
- б) жизненный период инновации;
- с) инвестиционный период новшества.

Верный ответ: с

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

Ответы:

- а) имитационная;
- б) адаптивная;
- с) инновативная

Верный ответ: с

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

Ответы:

- а) формирование инвестиционного замысла;
- б) исследование инвестиционных возможностей;
- с) ТЭО проекта.

Верный ответ: а

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 65

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

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 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 оформительной 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 («удовлетворительно»)

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.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа содержит явные нарушения: несоответствие структуры и содержания, грубые нарушения в оформлении (несоблюдение ГОСТов и методических рекомендаций) и правил изложения текста, тема раскрыта не полностью, выводы не аргументированы, требования к плагиату не выполнены.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка за курсовую работу определяется как оценка на защите.