

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг в инновационной сфере»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ОПК-6: Способен обосновывать принятие технического решения при разработке инновационного проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения	Зачет; экзамен	Комплект контролирующих материалов для зачета; комплект контролирующих материалов для экзамена

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Маркетинг в инновационной сфере».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Маркетинг в инновационной сфере» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент освоил изучаемый материал (основной и дополнительный), системно и грамотно излагает его, осуществляет полное и правильное выполнение заданий в соответствии с индикаторами достижения компетенций, способен ответить на дополнительные вопросы.	75-100	<i>Отлично</i>
Студент освоил изучаемый материал, осуществляет выполнение заданий в соответствии с индикаторами достижения компетенций с не принципиальными ошибками.	50-74	<i>Хорошо</i>
Студент демонстрирует освоение только основного материала, при выполнении заданий в соответствии с индикаторами достижения компетенций допускает отдельные ошибки, не способен систематизировать материал и делать выводы.	25-49	<i>Удовлетворительно</i>
Студент не освоил основное содержание изучаемого материала, задания в соответствии с	<25	<i>Неудовлетворительно</i>

индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.		
---	--	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1. ФОМ

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ОПК-6 Способен обосновывать принятие технического решения при разработке инновационного проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения	ОПК-6.1 Способен предлагать технические решения при создании наукоёмкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности, а также экологической безопасности

**Вопросы на проверку теоретических знаний в 4 семестре
по дисциплине «Маркетинг в инновационной сфере»**

1. Сущность и содержание маркетинга. История развития
2. Маркетинг как система: цель, принципы, функции, задачи, решаемые в пределах маркетинговых функций
3. Управление маркетинговой деятельностью.
4. Разработка комплекса маркетинга.
5. Организация маркетинговой деятельности. Система маркетингового контроля
6. Разработка маркетинговой стратегии
7. Разработка маркетинговой стратегии
Последовательность разработки маркетинговых стратегий,
8. Разработка маркетинговой стратегии
9. Маркетинговые исследования
10. Маркетинговые исследования
11. Разработка и жизненный цикл товара
12. Товар. Классификация товаров. Товары длительного и кратковременного пользования, услуги. Марки товаров (Марка, товарный знак, авторское право, классификация товаров). Упаковка. Товарный ассортимент и товарная номенклатура
13. Маркетинговая коммуникация.
Основные средства воздействия в комплексе маркетинговых коммуникаций. Правила маркетинговых коммуникаций. Задачи мероприятий по формированию спроса. Каналы проведения мероприятий по формированию спроса.
14. Реклама
История возникновения. Классификации. Разработка плана рекламы. Типы рекламы
15. Реклама

Основные средства распространения. Программа стимулирования сбыта. Мерчендайзинг. Брендинг. Пропаганда. Ненадлежащая реклама. Public relations. Законодательство в сфере рекламы.

16.Ценообразование.

Типы рынков. Виды конкуренции. Кривая спроса. Издержки. Стратегии ценообразования.

17.Маркетинг в сфере услуг

Примеры заданий на проверку практических навыков по дисциплине «Маркетинг в инновационной сфере»

Пример 1 Ознакомьтесь с ситуацией и выполните задания:

Задания:

1. Проведение SWOT-анализа на основе общепринятого порядка (ОПК-6.1)
2. Построение «Матрицы возможностей». (ОПК-6.1)
3. Построение «Матрицы угроз». (ОПК-6.1)
- 4.Оценка и выбор «сильных» и слабых» сторон фирмы. (ОПК-6.1)
5. Определение корреспонденции/соответствия факторов. (ОПК-6.1)
6. Обобщите все корреспондирующие пары и предложите общее направление стратегического развития, включающее выявленные корреспонденции как пункты его подразделов. (ОПК-6.1)

Примеры вариантов:

Предприятие общественного питания;

Продуктовый магазин «у дома»

Интернет-магазин

Пример 2 Дан инновационный проект.

Задание: Провести маркетинговые исследования, для этого

1. Выявить проблему и сформулировать цель/цели маркетингового исследования. (ОПК-6.1)
2. Произвести отбор источников информации. (ОПК-6.1)
3. Сбор информации. (ОПК-6.1)
4. Привести вопросы, из которых состоит анкета. (ОПК-6.1)

5. Провести анализ полученной информации. (ОПК-6.1)
6. В рамках анализа полученной информации нужно сделать выводы о целесообразности разработки инновационного товара, о его основных характеристиках (если это было отражено в вопросах). (ОПК-6.1)
7. Выбрать демографические переменные, которые можно использовать для сегментирования рынка вашей продукции. Кратко обосновать выбор каждой переменной. (ОПК-6.1)
8. Сделать выбор стратегии охвата рынка и обосновать его. (ОПК-6.1)
9. Выводы (ОПК-6.1)

Пример 3 Анализ потребностей покупателей для создания инновационного товара
Дан инновационный продукт.

Задание:

А) Определите целевую аудиторию и опишите существенные ситуации, в которых принимается решение о покупке. (ОПК-6.1)

Б) Выпишите список потребностей (3-7), которые данный продукт удовлетворяет. Выделите главную потребность. Объясните, почему ключевая потребность действительно актуальна для выбранной целевой аудитории. (ОПК-6.1)

Пример 4 Определить интенсивность потребления майонеза фирмы «Альфа» сегментами и провести ABC – анализ эффективности потребления сегментами майонеза. (ОПК-6.1)

Сегмент	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %	Интенсивность потребления (гр.2/гр.3)
1	17	3	5,7
2	19	2	9,5
3	24	1	24
4	8	20	0,4
5	9	10	0,9
6	11	7	1,6
7	2	29	0,1
8	4	17	0,2
9	6	11	0,5
Итого:			42,9

Пример 5 Дан инновационный продукт, провести анализ потребностей покупателей для создания инновационного товара в соответствии с заданием

Задание:

А) Определите целевую аудиторию и опишите существенные ситуации, в которых принимается решение о покупке. (ОПК-6.1)

Б) Выпишите список потребностей (3-7), которые данный продукт удовлетворяет. Выделите главную потребность. Объясните, почему ключевая потребность действительно актуальна для выбранной целевой аудитории. (ОПК-6.1)

В) перечислите источники клиентов. (ОПК-6.1)

Пример 6 Дан инновационный продукт, провести оценку объема рынка и конкурентный анализ

Рынок B2C – Детское питание в виде пюре, обогащенное витаминами и минералами.

Задание:

1. Проведите оценку объема рынка: Total Addressable Market, Serviceable Obtainable Market, Serviceable Available Market. Опишите методику данного анализа. Приведите источники, на которые вы опирались. (ОПК-6.1)

2. Отранжируйте выделенные в предыдущем задании потребности клиентов по принципу Нет необходимости, Желательно, Причина покупки, Должно быть. На основе открытой информации (ценообразование конкурентов, обсуждения на форумах и т.д.) оцените, какую цену готов отдать клиент выбранной целевой аудитории за опцию типа Причина покупки. (ОПК-6.1)

3. Возьмите 3-4 самых близких конкурента и проанализируйте по открытым данным их целевые аудитории. Проанализируйте, насколько полученные результаты близки к тому, как вы описали целевую аудиторию в первой практической работе. При необходимости, скорректируйте ваше видение. (ОПК-6.1)

Пример 7 Дан инновационный продукт, провести оценку объема рынка и конкурентный анализ

Рынок B2C - Мобильное приложение для путешественников: гид по достопримечательностям, отелям и ресторанам с возможностью расплачиваться накопленными в приложении баллами.

Задание:

Проанализировать ваш продукт на предмет типов решений в ответ на потребности клиентов.

1. Обоснуйте, какую потребность вы будете удовлетворять методом Уникальное решение? (ОПК-6.1)
2. В чем состоит ваше Уникальное решение? (ОПК-6.1)
3. Какие потребности вы будете закрывать решениями типа Достаточно хорошо, Быстро и просто, Желательное? (ОПК-6.1)
4. Составьте матрицу функций. В этой таблице приведите сравнение ваших решений с решениями конкурентов (1-2). Желательно также отразить гипотетический план функций по предполагаемым релизам. (ОПК-6.1)

Пример 8 Дан инновационный продукт

Задание:

1. Сформулируйте и обоснуйте основные потенциальные барьеры, возникающие у клиентов при выборе вашего продукта (не менее 3). Опишите, на каких этапах вашей воронки продаж эти барьеры возможны. В данном задании опирайтесь на открытые источники: проанализируйте барьеры у конкурентов в вашей нише, просмотрите отзывы их клиентов. (ОПК-6.1)
2. Придумайте убеждающие формулировки в ответ на выделенные барьеры. Зафиксируйте результат в виде таблицы: барьер и его местоположение в воронке, убеждающая формулировка, способ доставки вашего сообщения. (ОПК-6.1)

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