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

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

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ОПК-2: Способен участвовать в проектировании технических объектов, систем и технологических процессов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ОПК-3: Способен участвовать в управлении профессиональной деятельностью, используя знания в области проектного менеджмента	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

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 инноваций».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Маркетинг инноваций» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	*Зачтено*
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	*Не зачтено*

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

1.Типовые задания

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ОПК-2 Способен участвовать в проектировании технических объектов, систем и технологических процессов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений	ОПК-2.3 Учитывает при проектировании технических объектов, систем и технологических процессов экономические, экологические и социальные ограничения
ОПК-3 Способен участвовать в управлении профессиональной деятельностью, используя знания в области проектного менеджмента	ОПК-3.2 Демонстрирует знания в области проектного менеджмента

1. С учетом экономических ограничений при проектировании технологических объектов, выполнить расчет. 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.(ОПК-2.3)

2. С учетом экономических ограничений при проектировании технологических объектов, выполнить расчет. 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.(ОПК-2.3)

3. С целью проверки знаний в области проектного менеджмента, необходимо принять управленческое решение по участию в тендере. Компания «Промвент» заинтересована выиграть тендер на поставку и монтаж вентиляции на новом заводе. Затраты компании на реализацию данного проекта составят ориентировочно 260 тыс. руб. Вероятность выиграть торг при разных уровнях цен установлена экспертами компании и представлена в таблице. Выберите наиболее приемлемый вариант цены. (ОПК-3.2)

№п/п	Предлагаемая цена, руб.	Вероятность выиграть торг
1	305 000	0,40
2	325 000	0,30
3	350 000	0,15
4	370 000	0,10
5	390 000	0,05

4. С целью проверки знаний в области проектного менеджмента, необходимо принять управленческое решение по определению размера скидки. Компания корректирует систему скидок на свой основной товар. Цена единицы товара составляет 20 руб., из них 5 руб. - прибыль компании. Затраты, связанные с осуществлением одного заказа у продавца, - 10 тыс. руб. Общий годовой объем закупок одного покупателя составляет 150 тыс. шт. Покупатель заказывает партиями по 15 тыс. шт., стремясь к оптимальной величине заказа. В каком диапазоне должна находиться скидка, чтобы покупателю было выгодно заказывать 25 тыс. шт. за один раз, и при этом продавец тоже не был в убытке? (ОПК-3.2)

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