

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Стратегия и планирование в цифровой среде

Направление подготовки/специальность		27.04.05 Инноватика	
Образовательная программа (направленность (профиль))		Инженерное предпринимательство	
Специализация		Инженерное предпринимательство	
Уровень образования		высшее образование – магистратура	
Курс		2	3
Груженность в кредитах (зачетных единицах)		2	3

Директор ШИП		A.A. Осадченко
Руководитель ООП		I.C. Антонова
Преподаватель		E.V. Плучевская

2020

1. Роль дисциплины «Стратегия и планирование в цифровой среде» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семес тр	Код компетен ции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Стратегия и планирование в цифровой среде	3	ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК(У)-2.33	Знает подходы к продвижению нового продукта
				ДПК(У)-2.У3	Умее т разрабатывать план продвижения нового продукта
				ДПК(У)-2.В3	Владеет опытом разработки рекламной кампании продукта

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (основные мероприятия)
Код	Наименование			
РД1	Производить анализ рыночной ситуации, разрабатывать и реализовывать на этой основе цифровую стратегию предприятия, коррелирующую с общей бизнес-стратегией; планировать и координировать маркетинговые программы; маркетингового плана и контент-календаря; разрабатывать и формировать отчетность по маркетинговым программам с использованием специальных инструментов и платформ в цифровой среде для передачи результатов заказчику	ДПК(У)-2	Раздел (модуль) 1. Предпосылки и подходы к стратегическому планированию на предприятии в цифровой среде. Предмет и методы стратегии и планирования в цифровой среде	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
			Раздел (модуль) 2. Стратегическое управление на предприятии в цифровой среде. Цели, структура и преимущества digital-стратегии	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
			Раздел (модуль) 3. Диагностика экономического состояния и оценка потенциальных возможностей предприятия. Digital- аналитика	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
			Прогноз экономической обстановки во внешней среде и формирование политики экономического развития предприятия в цифровой среде	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
РД2	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и технологические платформы цифрового маркетинга; разрабатывать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ДПК(У)-2	Раздел (модуль) 5. Функциональные частные стратегии деятельности предприятий в цифровой среде Стратегия цифрового маркетинга. Инструменты и технологии планирования в digital-стратегии	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
			Раздел (модуль) 6. Выбор стратегии развития предприятия	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
РД3	Способность осуществлять разработку цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-	ДПК(У)-2		Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
	стратегией		в цифровой среде. Digital-branding и коммуникации	
			Раздел (модуль) 7. Управление в условиях реализации стратегии в цифровой среде развития предприятий. Работа с целевой аудиторией в digital	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен
			Раздел (модуль) 8. Стратегия развития в условиях изменения внешней и внутренней цифровой среды. Планирование рекламных кампаний	Защита ИДЗ по совокупности работ, экзамен

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки	
90%÷100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному	
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов	
55% - 69%	«Удовл.»	Примемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов	
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям	

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзам., балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	18 ÷ 20	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	14 ÷ 17	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	11 ÷ 13	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	0 ÷ 10	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий дифференцированного зачета / зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности
70% ÷ 89%	70 ÷ 89	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности
55% ÷ 69%	55 ÷ 69	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям
55% ÷ 100%	55 ÷ 100	«Зачено»	Результаты обучения соответствуют минимально достаточным требованиям
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Не зачено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		Примерные вопросы к защите 1. Какими внутренними ресурсами обладает компания? 2. Особенное внимание необходимо обратить на внутренний потенциал сотрудников, к которому относятся их знания, образование, мотивация, связи, репутация и навыки. 3. И на материальные активы компании, к которым относятся капитал, долги, клиентская база или функционирующие каналы сбыта, патенты и технологии. 4. Какие преимущества мы имеем перед конкурентами? 5. Кто главный конкурент (существующий или потенциальный)? 6. Какие факторы, находящиеся под вашим контролем, мешают получить или ухудшают конкурентное преимущество? 7. Какие области вашего бизнеса требуют качественного улучшения для того, чтобы достичь цели или успешно бороться с основным конкурентом? 8. Какие возможности, позволяющие компании выиграть, существуют на рынке? 9. Насколько положительно можно оценить бизнес компании? 10. Какие факторы вне контроля несут риски для бизнеса? 11. Существуют ли события или проблемы, дальнейшее развитие которых может повлечь снижение доходов или прибыли? 12. В каком случае может быть нанесен вред компании? 13. Существуют ли процессы на рынке, которые могут привести к снижению цен или ограничению ресурсов? 14. Существуют ли тренды в поведении конечных потребителей или экономике, которые могут снизить объемы реализуемой продукции?
1.	Защита отчета по ИДЗ	
2.	Экзамен	Вопросы на экзамен: Стратегическое планирование как наука. Основные цели и задачи стратегического планирования и управления. 2. Структура стратегического управления. Процедура стратегического планирования. 3. Этапы стратегического планирования. Содержание логики стратегического планирования. 4. Методология стратегического планирования. 5. Система показателей и методы стратегического планирования. 6. Классификация типов внутрифирменного планирования. 7. Понятие «стратегия фирмы». Стратегия как функция направления.

Оценочные мероприятия	
Примеры типовых контрольных заданий	
	8. Микросреда фирмы. Макросреда фирмы: социальная, правовая, государственная, политическая, технологическая и экономическая. Производственный профиль (миссия) фирмы. 9. Понятие конкурентного преимущества. Детерминанты конкурентного преимущества фирмы. Поддержание конкурентного преимущества фирмы. Понятие конкурентного статуса фирмы. Принципы количественной оценки конкурентного статуса фирмы. 10. Составляющие экономической стратегии фирмы. Выделение стратегических зон хозяйствования. 11. Управление стратегическим набором. Формирование товарного ассортимента. Изучение потенциальных партнёров по рыночным транзакциям 12. Инвестиционная деятельность фирмы. Выбор стратегии обновления ресурсов. Отражение стратегии инвестиционной деятельности в стратегической программе технического и социального развития фирмы. 13. Понятие банкротства фирмы. Антикризисные стратегии. 14. SWOT-, PEST- анализы методика и инструменты? 15. Стекхолдеры –определение понятия

5. Методические указания по процедуре оценивания

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания	
1.	Посещение занятий (П) – 40 шт.	Посещение занятий (лекций, практик, лабораторных работ) оценивается в 1 балл. Общее количество аудиторных занятий (лекции, практики, лабораторные работы) – 40 шт (80 часов), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 40 баллов	
2.	Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы (ВИДЗ)– 8 шт.	ИДЗ выполняются в соответствии с календарным планом. Отчеты по ИДЗ выполняются в рамках самостоятельной работы. Выполнение каждого ИДЗ в срок оценивается в 3 балла, общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 24 баллов	
3.	Защита индивидуального домашнего задания (ЗИДЗ) – 8 шт.	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты:	• 0,5 балл Работа выполнена в полном объеме • 0,5 балл Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения • 0,5 балл Работа оформлена в виде презентации

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
		• 0,5 балл Работа доложена			
		Суммарно за защиту одного индивидуального домашнего задания 0-2 баллов. Всего в течение семестра каждый студент может получить за выполнение этого мероприятия до 16 баллов			
		В рамках изучаемых разделов дисциплины осуществляется текущее оценивание степени освоения студентами изученного материала. Проверка освоения лекционного материала проводится путем опросов после изучения темы. Проверка освоения материала практических занятий проводится по результатам выполнения лабораторных и практических работ.			
		Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды оценочных мероприятий. Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать 55 баллов и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий.			
4.	Экзамен (Э)	Экзамен проходит по билетам. Билет содержит 2 теоретических вопроса. Полный устный ответ на каждый вопрос дает максимум 10 баллов. При наличии ошибок, недочетов, упущений в вопросе число баллов снижается вплоть до 5 баллов. Минимальное допустимое число баллов для того, чтобы процедура экзамена состоялась, составляет 11 баллов. Максимальный балл за экзамен 20 баллов.			
Критерии оценивания экзамена:					
Критерий	6 - 10 баллов	5 – 1 баллов	0 баллов	Итого	
Ответ на экзаменационный вопрос в билете	Правильный ответ на вопрос	Частично правильный ответ на вопрос	Не правильный ответ на вопрос	20 баллов	

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина «Стратегия и планирование в цифровой среде»	Лекции	-	час.	
ячс«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	24	час.	
				Лаб. занятия	-	час.	
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		Всего ауд. работа	24	час.	
	C	70 – 79 баллов			CPC	84	час.
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов		ИТОГО	108	час.	
	E	55 – 64 баллов				3	з.е.
Зачтено	P	55 - 100 баллов					
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов					

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Производить анализ рыночной ситуации, разрабатывать и реализовывать на этой основе цифровую стратегию предприятия, коррелирующую с общей бизнес-стратегией; планировать и координировать маркетинговые программы: маркетингового плана и контент-календаря; разрабатывать и формировать отчетность по маркетинговым программам с использованием специальных инструментов и платформ в цифровой среде для передачи результатов заказчику
РД2	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ
РД3	Способность осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - экзамен

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			80
П	Посещение занятия (ЛК, ПР, ЛБ)	40	40
ВИДЗ	Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы (ВИДЗ)	8	24
ЗИДЗ	Защита индивидуального домашнего задания (ЗИДЗ)	8	16
Промежуточная аттестация:			20
ЭКЗ	Экзамен	1	20
ИТОГО			100

Для дисциплин с формой контроля – зачет (дифференцированный зачет)

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			
ИТОГО			

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по окончании	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видеоресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	04.11	РД1	Раздел (модуль) 1. Предпосылки и подходы к стратегическому планированию на предприятии в цифровой среде. Предмет и методы стратегии и планирования в цифровой среде	2	8	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
2	11.11	РД1 РД2	Раздел (модуль) 2. Стратегическое управление на предприятии в цифровой среде. Цели, структура и преимущества digital-стратегии	2	8	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
			Раздел (модуль) 3. Диагностика экономического состояния и оценка потенциальных возможностей предприятия. Digital- аналитика	4	12	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
4	25.11		Раздел (модуль) 4. Прогноз экономической обстановки во внешней среде и формирование политики экономического развития предприятия в цифровой среде	2	8	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
5	02.12	РД2	Раздел (модуль) 5. Функциональные частные стратегии деятельности предприятий в цифровой среде Стратегия цифрового маркетинга. Инструменты и технологии планирования в digital-стратегии.	4	10	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
6	09.12	РД3	Раздел (модуль) 6. Выбор стратегии развития предприятия в цифровой среде. Digital-branding и коммуникации	4	12	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
7	16.12	РД3	Раздел (модуль) 7. Управление в условиях реализации стратегии в цифровой среде развития предприятий. Работа с целевой аудиторией в digital	2	12	П, ВИДЗ	10	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
8	23.12	РД3	Раздел (модуль) 8. Стратегия развития в условиях изменения внешней и внутренней цифровой среды. Планирование рекламных кампаний	2	2	П	5	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
9	30.12	РД-1,	Конференц-неделя 1	2	10	ЗИДЗ	5	ОСН 1	ЭР 1	ВР 1
		РД-2 РД3				ЗИДЗ				
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	24	30		80			
			Экзамен				20			
			Общий объем работы по дисциплине	48	60		100			