ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ **очная**

Маркетинг инноваций

Направление подготовки/ специальность	**27.04.05 Инноватика**		
Образовательная программа (направленность (профиль))	**Инженерное предпринимательство**		
Специализация	**Инженерное предпринимательство**		
Уровень образования	**высшее образование - магистратура**		
Курс	**1**	семестр	**2**
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	**3**		

Директор ШИП		А.А. Осадченко
Руководитель ООП		И.С. Антонова
Преподаватель		Е. И. Карякин

2020 г.

1. Роль дисциплины «Маркетинг инноваций» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Маркетинг инноваций	2	ПК(У)-4	Способность найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности	ПК-4.З1	технологий оценки результатов НИОКР с учетом коммерческого потенциала, требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
				ПК-4.У1	принимать решения при реализации проектов с учетом требования качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
				ПК4.В1	экспертизы проектов создания наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
		ПК(У)-5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК-5.З1	инфраструктуры инновационной деятельности
				ПК-5.У1	предвидеть возможные риски и управлять ими
				ПК5.В1	экспертизы инновационных проектов и процессов
		ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК-2.З3	подходы к продвижению нового продукта
				ДПК-2.У3	разрабатывать план продвижения нового продукта
				ДПК-2.В3	разработки рекламной кампании продукта

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД 1	Умение использовать абстрактное мышление, анализ и синтез, оценивать современные достижения науки и техники и находить возможность их применения в практической деятельности	ПК (У)-5	Раздел 1. Маркетинг и инновационная деятельность. Генерация идей.	Устный опрос, зачет

РД 2	Умение анализировать современные проблемы инноватики, прогнозировать тенденции научно-технического развития	ПК (У)-5	Раздел 2. Распространение инноваций на рынке	Устный опрос, зачет
РД 3	Умение производить оценку экономического потенциала инновации, затрат на реализацию научно-исследовательского проекта	ДПК (У)-2 ПК (У)-4	Раздел 3. Продвижение инноваций	Устный опрос, зачет

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.»	Приемлемое 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 дифференцированного зачета / зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знаний, 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	«Зачтено»	Результаты обучения соответствуют минимально достаточным требованиям
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Не зачтено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Устный опрос	1. Что такое маркетинг инноваций? 2. Назовите причины активного развития маркетинга инноваций в современном мире. 3. Каковы цели и задачи маркетинга инноваций? 4. Назовите основные термины и этапы развития маркетинга. Дайте им краткую характеристику. 5. Перечислите особенности рынка инноваций, объясните их причины. 6. Охарактеризуйте роль маркетинга в реализации инновационных проектов. 7. Каковы внешние фактор, которые используются для PESTLE-анализа? 8. Что такое емкость рынка? 9. Какие методы расчета емкости рынка вы знаете? 10. Что такое доля рынка? Как она рассчитывается? 11. Как провести анализ динамики рынка? 12. Как провести анализ сезонности рынка? 13. Как выполнить анализ условий конкуренции на рынке? 14. Что такое «конкурентоспособность инновационного продукта»? 15. Какие способы определения конкурентов вы знаете? 16. Назовите этапы расчета конкурентоспособности. 17. Как принято решать проблемы шкалирования и балльных оценок? 18. Как рассчитать индекс конкурентоспособности? 19. Что такое многоугольник конкурентоспособности? 20. Как выполнить SNW-анализ? 21. Какие маркетинговые стратегии охвата рынка вы знаете? 22. Перечислите критерии сегментирования на различных рынках. 23. Чем типажирование отличается от сегментирования? 24. Что такое таргетирование?

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		25. Как формируется карта позиционирования? 26. В чем суть теории жизненного цикла продукта? 27. Что такое продуктовый портфель? 28. Дайте характеристику понятию «Концепция инновационного продукта». 29. Представьте классификацию новинок. 30. Какие проблемы при формировании ассортимента и номенклатуры необходимо решить? 31. Перечислите типичные внешние факторы ценообразования. 32. Перечислите внутренние факторы ценообразования. 33. Какие методы ценообразования инновационного продукта вы можете назвать? 34. Какие стратегии ценообразования для новых товаров вы можете назвать? 35. В чем специфика тактики ценообразования для инновационных продуктов? 36. Назовите типичные каналы распределения инновационных продуктов. 37. Какова роль маркетинговых систем распределения инновационного товара? 38. В чем особенности сбыта на производственном предприятии, в опте и рознице? 39. Как посчитать количественную и качественную дистрибуцию? 40. Перечислите критерии классификации средств продвижения. 41. Дайте характеристику основным средствам продвижения. 42. В чем особенности инновационных средств продвижения? 43. Как нужно выполнять интегрирование средств продвижения?
2.	Зачет	1. Сущность маркетинга инноваций. 2. Роль маркетинга в реализации инновационных проектов. 3. Анализ рынка инноваций. 4. Анализ макропоказателей рынка. 5. Конкурентоспособность инновационного продукта. 6. Расчет конкурентоспособности инновационного продукта. 7. Маркетинговые стратегии на рынках инноваций. 8. Сегментирование, таргетирование, позиционирование инновационного продукта. 9. Товарная политика в области инноваций. 10. Теория жизненного цикла продукта и продуктового портфеля. 11. Концепция инновационного продукта. 12. Понятие нового товара и его классификация. 13. Ассортимент и номенклатура. 14. Внешние факторы ценообразования. 15. Внутренние факторы ценообразования.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		16. Методы ценообразования инновационного продукта. 17. Государственное регулирование цен. 18. Стратегии ценообразования для новых товаров. 19. Тактика ценообразования. 20. Каналы распределения инновационных продуктов. 21. Маркетинговые системы распределения. 22. Особенности сбыта на производственном предприятии, в опте и рознице. 23. Количественная и качественная дистрибуция. 24. Товародвижение. 25. Классификация средств продвижения. 26. Основные средства продвижения. 27. Инновационные средства продвижения. 28. Интегрирование средств продвижения.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Устный опрос	Опросы проводятся на каждом практическом занятии. За ответ можно получить до 2х баллов, в зависимости от полноты и правильности ответа
2.	Зачет	Зачёт проводится в виде устного итогового тестирования по всем разделам изучаемой дисциплины. В каждом билете 1 вопрос, имеющий форму задания со свободно конструируемым ответом. Время подготовки ответа при сдаче зачёта в устной форме не более 10 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 5 минут. При подготовке можно вести записи в листе устного ответа, который затем (по окончании зачёта) сдается преподавателю. Преподавателю предоставляется право задавать дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра. Оценка результатов зачёта объявляется обучающемуся непосредственно после ответа. Критерии оценивания: насколько студент полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; а также излагает материал последовательно и правильно. Максимальный балл за ответ – 20 баллов. Критерии оценивания: 15–20 баллов выставляется обучающемуся, если он свободно и уверенно ориентируется в учебном материале; научно-понятийном аппарате; глубоко и полностью усвоил материал; исчерпывающе, последовательно, четко и правильно с точки зрения норм литературного языка его излагает; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний,

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
		причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; использует в ответе материал из различных литературных источников; правильно обосновывает принятое решение. 9–14 баллов выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал; грамотно и по существу излагает его, содержание и форма ответа имеют отдельные неточности, не допуская существенных неточностей; то есть студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 2–3 ошибки, которые сам же исправляет. 3–8 баллов выставляется обучающемуся, если он частично знает материал; но грамотно излагает его, допускает ошибки, содержание и форма ответа имеют существенные неточностей; которые он исправляет после замечания преподавателя. Зачёт считается несданным при оценке ниже 3 баллов. Итоговая оценка в ведомость не выставляется. Итоговая оценка за семестр рассчитывается на основе полученной суммы баллов в результате текущего контроля, и баллов, набранных при заключительном контроле знаний на зачёте.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
_2020_/_2021_ учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина	Лекции	16	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов	*«Маркетинг инноваций»*	Практ. занятия	16	час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		**Всего ауд. работа**	32	**час.**
	C	70 – 79 баллов		СРС	76	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:

РД 1	Умение использовать абстрактное мышление, анализ и синтез, оценивать современные достижения науки и техники и находить возможность их применения в практической деятельности
РД 2	Умение анализировать современные проблемы инноватики, прогнозировать тенденции научно-технического развития
РД 3	Умение производить оценку экономического потенциала инновации, затрат на реализацию научно-исследовательского проекта

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - экзамен

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			**80**
П	Посещение занятия (ЛК, ПР)	32	16
ОПР	Выполнение отчета по практической работе	4	16
ЗПР	Защита отчета по практической работе	4	48
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		

Электронный образовательный ресурс (при наличии):

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы

Дополнительные баллы

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
	ИТОГО		

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	02.09	РД1	Лекция 1. Сущность маркетинга инноваций	2		П	0,5	ОСН 1		
			Практическое занятие 1. Роль маркетинга в реализации инновационных проектов	2		П	0,5	ОСН2		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по практическиой работе 1.1		2	ОПР	4			
3	16.09	РД1	Лекция 2. Анализ рынка инноваций	2		П	0,5	ОСН 1		
			Практическое занятие 2. Анализ макропоказателей рынка	2		П	0,5	ОСН2		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по практическиой работе 1.2		2	ОПР	4			
5	30.09	РД2	Лекция 3. Конкурентоспособность инновационного продукта	2		П	0,5	ОСН 1		
			Практическое занятие 3. Расчет конкурентоспособности инновационного продукта	2		П	0,5			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по практическиой работе 2.1		2	ОПР	4			
7	14.10	РД2	Лекция 4. Маркетинговые стратегии на рынках инноваций	2		П	0,5	ОСН 2		
			Практическое занятие 4. Сегментирование, таргетирование, позиционирование инновационного продукта	2		П	0,5			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по практическиой работе 2.2		2	ОПР	4			
9	28.10	РД1, РД2	**Конференц-неделя 1**							
			Защита сводных отчетов по практическим работам 1, 2		8	ЗПР	20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	16	36		40			
10	04.11	РД3	Лекция 5. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Методы ценообразования инновационного продукта	2		П	0,5	ОСН 2		
			Практическое занятие 5. Стратегии и тактика ценообразования для новых товаров	2		П	0,5			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по практическиой работе 3.1		2	ОПР	4			
11	11.11	РД3	Лекция 6. Количественная и качественная дистрибуция. Товародвижение	2		П	0,5	ОСН 1		
			Практическое занятие 6. Количественная и качественная дистрибуция. Товародвижение	2		П	0,5			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по лабораторной работе 3.2		2	ОПР	4			
12	18.11	РД3	Лекция 7. Основные средства продвижения	2		П	0,5	ОСН 2		
			Практическое занятие 7. Инновационные средства продвижения. Интегрирование средств продвижения	2		П	0,5	ОСН 2		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по лабораторной работе 4.1		2	ОПР	4			
14	02.12	РД1,	Лекция 8. Маркетинговый контроль, маркетинговый	2		П	0,5	ОСН 2		

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
		РД2, РД3, РД4	аудит.							
			Практическое занятие 8. Расчет маркетинговых затрат. Расчет эффективности маркетинговых мероприятий.	2		П	0,5	ОСН 2		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:		5					
			Выполнение отчета по лабораторной работе 4.2		2	ОПР	4			
18	30.12	РД1, РД2, РД3, РД4	**Конференц-неделя2**							
			Защита сводных отчетов по лабораторным работам 3, 4		8	ЗПР	20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	16	36		**80 / 100**			
			Экзамен (при наличии)				20 / 0			
			Общий объем работы по дисциплине	32	72		**100**			

Информационное обеспечение:

№ (код)	**Основная учебная литература (ОСН)**
ОСН 1	Годин А.М.. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] / Годин А.М.. - 12-е изд.. - М.: Дашков и К, 2017. - 656 с.. - ISBN 978-5-394-02540-2. - Схема доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/105549 (контент)
ОСН 2	Горнштейн М.Ю.. Современный маркетинг: Монография [Электронный ресурс] / Горнштейн М.Ю.. - М.: Дашков и К, 2017. - 404 с.. - ISBN 978-5-394-02909-7. Схема доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/103736 (контент)
№ (код)	**Дополнительная учебная литература (ДОП)**
ДОП 1	Кожухар В.М.. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] / Кожухар В.М..
ДОП 2	Синяева И.М.. Маркетинг в предпринимательской деятельности: Учебник [Электронный ресурс] / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В..

№ (код)	**Название электронного ресурса (ЭР)**	Адрес ресурса
ЭР 1	Научно-электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru/defaultx.asp
ЭР 2	Электронно-библиотечная система «Лань»	https://e.lanbook.com/
№ (код)	**Видеоресурсы (ВР)**	Адрес ресурса
ВР 1		
ВР 2	…	