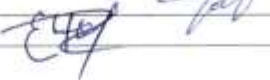


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Маркетинг инноваций

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

Директор ШИП
Руководитель ООП
Преподаватель

	А.А. Осадченко
	С.Н. Попова
	Е.И. Карякин

2020 г.

2. 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	1	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(У)-4.31	Знает технологии оценки результатов НИОКР с учетом коммерческого потенциала, требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
				ПК(У)-4.У1	Умеет принимать решения при реализации проектов с учетом требования качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
				ПК(У)-4.В1	Владеет опытом 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(У)-5.31	Знает инфраструктуру инновационной деятельности
				ПК(У)-5.У1	Умеет предвидеть возможные риски и управлять ими
				ПК(У)5.В1	Владеет навыком экспертизы инновационных проектов и процессов
		ДПК(У)-2	Разрабатывать программы трансфера и коммерциализации инновационных разработок	ДПК(У)-2.32	Знать методологию и методы проведения исследований рынка, особенности маркетинга инноваций
				ДПК(У)-2.У2	Уметь выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта
				ДПК(У)-2.В2	Владение опытом анализа рынка для прогнозирования продаж нового товара

3. 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	ПК (У)-5	Раздел 1. Маркетинг и инновационная деятельность. Генерация идей.	Устный опрос, ИДЗ, Зачет

	и находить возможность их применения в практической деятельности			
РД 2	Умение анализировать современные проблемы инноватики, прогнозировать тенденции научно-технического развития	ПК (У)-5	Раздел 2. Распространение инноваций на рынке	Устный опрос, ИДЗ, 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, ИДЗ, Зачет

4. 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 экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзамен, 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

5. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита отчета по ИДЗ	1. Выполнить анализ емкости и потенциала рынка (PAM, TAM, SAM, SOM) по своему бизнес-кейсу 2. Выполнить анализ тенденций развития рынка и PESTLE-анализ по своему бизнес-кейсу 3. Выполнить анализ привлекательности рынка (Метод М.Портера) по своему бизнес-кейсу 4. Провести Customer Development
4.	Зачет	Вопросы на зачет: 1. Роль маркетинга в реализации инновационных проектов. 2. Маркетинговый анализ. Методология и методы маркетинговых исследований. 3. Виды и типы информации. Методы сбора информации, источники информации. 4. Методы сбора информации о потребителях. Опрос, интервьюирование, фокус-группа, панель. Холл- и хоум-тесты. 5. Методика и этапы конкурентного анализа, инструменты конкурентной диагностики. 6. Сбор и обработка информации о конкурентной среде. 7. Конкурентная разведка и бенчмаркинг. 8. Законодательство, регулирующее конкурентные отношения в России и за рубежом. 9. Типология участников конкурентной борьбы на основе определения силы их позиции. 10. Организация эффективного выполнения функций по конкурентному анализу и конкурентной разведке на предприятии. 11. Основные конкурентные стратегии и стратегии конкурентной борьбы. 12. Общая маркетинговая стратегия. 13. Стратегии комплекса маркетинга. 14. Разработка маркетингового плана: основы маркетингового планирования, виды планов, способы составления. 15. Этапы и составляющие маркетингового плана. 16. Маркетинговый контроль, маркетинговый аудит.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		17. Расчет маркетинговых затрат. 18. Расчет эффективности маркетинговых мероприятий.

6. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Посещение занятий (П) – 20 шт	Посещение занятий (практик) оценивается в 2 балла. Общее количество практик – 20 шт (40 часов), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 20 балла
2.	Выполнение отчета по ИДЗ (ИДЗ) – 4 шт	ИДЗ выполняются в соответствии с календарным планом. Студенты объединены в рабочие группы, каждая из которых выполняет бизнес-кейс. Все работы выполняются на основе бизнес-кейсов заказчиков / собственных бизнес-кейсов. Отчеты по лабораторным работам выполняются в рамках самостоятельной работы. Выполнение каждой лабораторной работы в срок оценивается в 10 баллов, общее число ИДЗ 4 шт, общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 40 баллов
3.	Презентация ИДЗ (ЗОЛБ) – 4 шт	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты: • 1 балл Работа выполнена в полном объеме; • 1 балл Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения; • 1 балл Работа оформлена в виде презентации; • 1 балл Работа доложена участниками рабочей группы; • 1 балл Работа выполнена в срок. Суммарно за защиту каждой лабораторной работы каждый член рабочей группы получает 0-5 баллов. Всего в течение семестра каждый член рабочей группы может получить за выполнение этого мероприятия до 20 баллов
4.	Зачет (З)	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. 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

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания				
		снижается вплоть до 5 баллов. Минимальное допустимое число баллов для того, чтобы процедура экзамена состоялась, составляет 11 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
		Максимальный балл за экзамен 20 баллов.				

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Маркетинг инноваций»</i>	Лекции	16	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	16	час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		сего ауд. работа	32	час.
	C	70 – 79 баллов		CPC	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 (дифференцированный зачет)

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

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 практической 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 практической 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 практической 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 практической работе 2.2		2	ОПР	4			
9	28.10	РД1, РД2	Конференц-неделя 1							
			Защита сводных отчетов по практическим работам 1, 2		10	ЗПР	20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	16	38		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 практической 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		10	ЗПР	20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	16	40		80 / 100			
			Экзамен (при наличии)				20 / 0			
			Общий объем работы по дисциплине	32	76		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	...	

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения курсового проекта

по дисциплине	Маркетинг инноваций
ООП подготовки	магистров
направления	27.04.05. Инноватика
специализация	Технологическое брокерство
на период	весенний семестр 2020/2021 уч.года
Руководитель ООП	Попова С.Н.

Дата контроля*	Вид работы (аттестационное мероприятие)	Максимальный балл
Текущий контроль в семестре		40
15.02.2021	<i>Выбор темы работы и проработка источников литературы</i>	5
30.03.2021	<i>Формирование теоретической части курсовой работы</i>	15
Конференц-неделя 1 (КТ 1)	<i>Представление теоретической части работы</i>	5
30.04.2021	<i>Выполнение 1-2 раздела практической части группового проекта курсовой работы</i>	10
24.05.2021	<i>Выполнение 3-4 раздела практической части группового проекта курсовой работы</i>	10
Промежуточная аттестация		60
Конференц-неделя 2 (КТ 2)	Защита курсовой работы	60
Итого баллов по результатам работы в семестре и аттестационных мероприятий		100