Министерство просвещения РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Глазовский государственный педагогический институт имени В.Г. Короленко»

Документ подписан
усиленной квалифицированной
электронной подписью

Сертификат: 01e501630057b01f8742031f1d00086e6f
Владелец: **Чиговская-Назарова Янина Александровна**
Действителен: с 07.08.2023 по 07.11.2024

Утверждена
на заседании ученого совета института
от 14 апреля 2023 г. протокол № 11

Ректор _____ / Я.А. Чиговская-Назарова /
подпись инициалы, фамилия

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень основной профессиональной образовательной программы	бакалавриат
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль)	История и Дополнительное образование (Организация проектного обучения)
Форма обучения	Очная
Семестр(ы)	7

Глазов 2023

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель: обеспечить в ходе изучения дисциплины «Маркетинг проектной деятельности» формирование компетенций: ПК-5: способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-исследовательскую и проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области

Задачи: в ходе освоения дисциплины «Основы бизнес-планирования» обеспечить формирование компетенций на уровне:

Знать:

1. Принципы проектирования, основы учебно- исследовательской деятельности.

Уметь

1. Разрабатывать и реализовывать индивидуальную и совместную учебно-исследовательскую и проектную деятельность обучающихся.

Владеть:

1. Проектными технологиями.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций

Код компетенции	ПК-5
Формулировка компетенции	Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области
Индикатор достижения компетенции	ИПК 5.1 Демонстрирует знание принципов проектирования, владения проектными технологиями ИПК 5.2 Разрабатывает и реализует индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области

1.3. Воспитательная работа

Направление воспитательной работы	Типы задач	Формы работы
Интеллектуальное воспитание	педагогический	учебные занятия
Формирование коммуникативной культуры	сопровождения	сообщения учащихся
Вовлечение обучающихся в управление качеством образования	проектный	Исследовательская деятельность студентов

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина "Маркетинг проектной деятельности" относится к обязательной части учебного плана. Данная дисциплина совместно со следующими дисциплинами и практиками формирует компетенции:

ПК-5: Технология и организация воспитательных практик (классное руководство), Методы проектной и исследовательской деятельности, Методы математической обработки данных, Введение в проектную деятельность, История изобретательства, Команда проекта, Методы и механизмы организации проекта, Диагностика результатов проектной деятельности, Методика организации проектной деятельности в системе

дополнительного образования, Маркетинг проектной деятельности, Финансово-экономическое обоснование проекта, Практическое проектировании (учебный проект), Практическое проектирование (социальный проект), Медиасопровождение и презентация проектной деятельности, Управление проектами, Проектирование стратегии развития образовательной организации, Практическое проектирование (научный проект), Основы бизнес-проектирования, Основы тренерской деятельности, Технологии проектного обучения в системе дополнительного образования детей и взрослых, Технологии проектного обучения в системе дополнительного профессионального образования, Производственная педагогическая практика (классное руководство), Практика (педагогическая) "Психолого-педагогические технологии в обучении и развивающей деятельности", Производственная педагогическая практика (вожатская практика), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы и др.

1.5. Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Объем дисциплины

Вид учебной работы по семестрам	Всего, зачетных единиц	Академ. часы	Из них в форме практической подготовки
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	
СЕМЕСТР 7			
Контактная работа с преподавателем:			
Аудиторные занятия (всего)		36	
Занятия лекционного типа		12	
Лабораторные работы		-	
Занятия семинарского типа		24	
Практические занятия		-	
КСР		-	
Самостоятельная работа обучающихся		36	
Вид промежуточной аттестации: Экзамен		36	

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№	Разделы и темы дисциплины Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)					
		всего	ауд	лекц	Пр.(се	КСР	СРС
	Семестр 7						
	Тема 1. Методологические основы менеджмента	12	6	2	4		6

	Тема 2. Общая концепция менеджмента организации.	10	4	2	2		6
	Тема 3. Методы анализа внутренней и внешней среды организации	14	8	2	6		6
	Тема 4. Процесс принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности	12	6	2	4		6
	Тема 5. Основные понятия маркетинга. Выбор целевого рынка.	12	6	2	4		6
	Тема 6. Поведение покупателей. Информация в маркетинге.	12	6	2	4		6
	Вид промежуточной аттестации: Экзамен	36					
	Всего по семестру	108	36	12	24		36
	Всего по дисциплине	108	36	12	24		36

3.2. Занятия лекционного типа

СЕМЕСТР 7

Лекция 1.

Тема: Методологические основы менеджмента

Краткая аннотация к лекции.

Сущность и роль менеджмента в современных условиях. Общая теория управления. Аспекты, структура и базовые модели теории менеджмента. Субъект и объект управления. Менеджмент как наука и практика управления.

Лекция 2.

Тема: Общая концепция менеджмента организации.

Краткая аннотация к лекции.

Общая концепция менеджмента организации. Понятие организации. Системный подход к формированию и исследованию структуры и функций организации. Общие характеристики организаций. Ресурсы организации. Формальные и неформальные организации. Строение организации: организационно-управленческие структуры (линейная, функциональная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная, проектная, сетевая, виртуальная). Нормы управляемости организацией.

Лекция 3.

Тема: Методы анализа внутренней и внешней среды организации

Краткая аннотация к лекции.

Анализ макроокружения фирмы. Угрозы и возможности для организации, приходящие из внешней среды. Экономическая компонента макроокружения организации. Политическая компонента макроокружения организации. Социальная компонента макроокружения организации. Технологическая компонента макроокружения организации. Анализ непосредственного окружения фирмы: покупателей, поставщиков, конкурентов. Элементы внутренней среды фирмы. Анализ сильных и слабых сторон фирмы.

Лекция 4.

Тема: Процесс принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности.
Краткая аннотация к лекции.
Процесс принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности. Проблемы и решения. Рациональность решения. Поведенческие модели принятия решений. Рациональная организация процесса принятия решения. Подходы к участию в принятии решений. Факторы, оказывающие влияние на принятие решений. Основные требования, предъявляемые к решению
Лекция 5.
Тема: Основные понятия маркетинга. Выбор целевого рынка.
Краткая аннотация к лекции.
Понятие маркетинга. Категории маркетинга (рынок, потребность, обмен, товар). Цели и принципы маркетинга. Концепции комплекса маркетинга (marketing mix). Сегментирование рынка. Позиционирование. Дифференцирование.
Лекция 6.
Тема: Поведение покупателей. Информация в маркетинге.
Краткая аннотация к лекции.
Модель поведения индивидуальных покупателей. Модель поведения покупателей-организаций. Мотивация потребителей. Виды и источники маркетинговой информации. Методы сбора маркетинговой информации

3.3. Занятия семинарского типа
СЕМЕСТР 7
Семинар 1.
Тема: Методологические основы менеджмента
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Сущность и роль менеджмента в современных условиях. Общая теория управления.
2.Субъект и объект управления.
3. Менеджмент как наука и практика управления.
4.Научная школа управления: Ф.У. Тейлор, Ф. Гилбрет, Л. Гилбрет, Г.Гантт, Г. Эмерсон, Г. Форд.
Семинар 2.
Тема: Методологические основы менеджмента
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Административная школа: функции менеджмента и 14 принципов А. Файоля.
2.Теория бюрократии и рациональности М. Вебера.
3.Школа человеческих отношений: Э. Мейо и Хотторнские исследования, М. П. Фоллетт,
4.Школа поведенческих наук. Теории мотивации А. Маслоу, Герцберга, Макгрегора.
5.Количественный подход в менеджменте.
Семинар 3.
Тема: Общая концепция менеджмента организации.
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Понятие организации. Системный подход к формированию и исследованию структуры и функций организации.
2.Общие характеристики организаций. Организация как открытая система (тектология Богданова А.И. Теория открытых систем А. Берталанфи, Теория жизнеспособных систем С.Бира).
3.Ресурсы организации. Формальные и неформальные организации.
4.Строение организации: организационно-управленческие структуры (линейная, функциональная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная, проектная, сетевая, виртуальная). Нормы управляемости организацией.
Семинар 4.

Тема: Методы анализа внутренней и внешней среды организации
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Анализ макроокружения фирмы. Угрозы и возможности для организации, приходящие из внешней среды.
2. Экономическая компонента макроокружения организации.
3.Политическая компонента макроокружения организации.
4.Социальная компонента макроокружения организации.
5.Технологическая компонента макроокружения организации.
Семинар 5.
Тема: Методы анализа внутренней и внешней среды организации
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Анализ непосредственного окружения фирмы: покупателей, поставщиков, конкурентов.
2.Элементы внутренней среды фирмы.
Семинар 6.
Тема: Методы анализа внутренней и внешней среды организации
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Анализ сильных и слабых сторон фирмы.
2.Классические модели стратегического позиционирования организации во внешней микросреде (BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, ADL и Хофера
Семинар 7.
Тема: Процесс принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Проблемы и решения. Рациональность решения.
2.Поведенческие модели принятия решений. Рациональная организация процесса принятия решения.
3.Подходы к участию в принятии решений. Факторы, оказывающие влияние на принятие решений.
4.Основные требования, предъявляемые к решению. Методы и методики, используемые в процессе принятия решений.
Семинар 8.
Тема: Процесс принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Схема процесса принятия управленческих решений.
2.Модели принятия решений в условиях неопределенности.
3.Процессный подход: управленческие процессы (управленческие циклы), принятие решений как процесс, реинжиниринг бизнеспроцессов.
4.Системный подход: ситуационный подход к менеджменту как средство интеграции всех исторически сложившихся подходов и концепций.
5.Оценка эффективности принятых решений.
Семинар 9.
Тема: Основные понятия маркетинга.
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Понятие маркетинга.
2.Категории маркетинга (рынок, потребность, обмен, товар).
3.Цели и принципы маркетинга.
4.Концепции комплекса маркетинга (marketing mix)
Семинар 10.
Тема: Поведение покупателей
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Модель поведения индивидуальных покупателей.

2.Модель поведения покупателей-организаций.
3.Мотивация потребителей
Семинар 11.
Тема: Информация в маркетинге
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Виды и источники маркетинговой информации.
2.Методы сбора маркетинговой информации
Семинар 12.
Тема: Выбор целевого рынка
Вопросы, выносимые на обсуждение на семинарском занятии:
1.Сегментирование рынка.
2.Позиционирование. Дифференцирование.
3.Выбор целевого рынка

3.4. Практические занятия
Учебным планом не предусмотрены

3.5. Лабораторные работы
Учебным планом не предусмотрены

3.6. Контроль самостоятельной работы
Учебным планом не предусмотрено

3.7. Самостоятельная работа студентов
Рекомендуемые формы самостоятельной работы студентов:
- составление схем, таблиц для систематизации учебного материала;
- анализ профессиональных социально-педагогических ситуаций;
- подготовка к участию в деловой игре, конкурсе, творческом соревновании, олимпиаде.

4. Фонд оценочных средств

ФОС включает оценочные средства текущего, промежуточного и поститогового контроля (Приложение 1).

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Основная литература
1. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519367 (дата обращения: 10.03.2023).

2. Михалкина, Е. В. Организация проектной деятельности : учебное пособие / Е. В. Михалкина, А. Ю. Никитаева, Н. А. Косолапова. — Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2016. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-1988-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/78685.html (дата обращения: 10.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Комлев, Е. Б. Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами : учебное пособие / Е. Б. Комлев. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2016. — 199 c. — ISBN 978-5-906822-45-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/74706.html (дата обращения: 10.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5.2. Дополнительная литература

1. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Евстафьева [и др.] ; под общей редакцией И. Ю. Евстафьевой, В. А. Черненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00627-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511414 (дата обращения: 10.03.2023).
2. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510590 (дата обращения: 10.03.2023).

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

6.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Журнал Первое сентября - http://upr.1september.ru/2005/07/2.htm
Мир словарей - http://mirslovarei.com/content_eco/marketing-v-obrazovanii-32428.html
Учебный курс маркетинга - http://www.e-ollege.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-012*page.htm
Финам - http://www.finam.ru/dictionary/wordf01A60/default.asp?n=3
Энциклопедия маркетинга - http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/2.htm

6.2. Перечень необходимых профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Электронная библиотечная система «IPR SMART». Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru

Электронная библиотечная система «Юрайт». Режим доступа: https://urait.ru

Электронно-библиотечная система «Лань» (раздел «Сетевая электронная библиотека педагогических вузов»). Режим доступа: https://e.lanbook.com

Электронно-библиотечная система «Руконт». Режим доступа: https://lib.rucont.ru/search

Межвузовская электронная библиотека. Режим доступа: https://icdlib.nspu.ru/

Научная электронная библиотека eLIBRARU.RU Режим доступа: https://www.elibrary.ru/defaultx.asp

Национальная электронная детская библиотека. Режим доступа: https://arch.rgdb.ru/xmlui/

Национальная электронная библиотека. Режим доступа: https://rusneb.ru

Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. Режим доступа: https://www.prlib.ru

Polpred.com Обзор СМИ. Режим доступа: https://polpred.com

7. Методические указания и учебно-методическое обеспечение для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина реализуется в соответствии с указаниями «Методические рекомендации по организации образовательного процесса при освоении дисциплины», размещенными в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

Методические рекомендации для работы с инвалидами и лицами с ОВЗ размещены в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

8. Материально-техническая база, программное обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебный корпус 1, аудитории(я) 422.

Полный перечень материально-технической базы и программного обеспечения размещены в ЭИОС института (eios.ggpi.org).

9. Рейтинг-план оценки успеваемости студентов

Дисциплина/преподаватель/семестры	Объем аудиторной работы			Виды текущей аттестационной аудиторной и внеаудиторной работы	Максимальное (норматив) количество баллов	Поощрение	Штрафы	Итоговая форма отчета (мин. балл)
	лк	сем	КСР					
«Маркетинг проектной деятельности»/7/	12	24		1. Контроль посещаемости лекций 2. Контроль посещаемости семинарских занятий 3. Работа на семинарских занятиях *Контрольные мероприятия* Тестирование Контрольная работа.	12 24 60 10 4	+ 1 балл за дополнения; + 3 балла за подготовку дополнительного дидактического материала	- 3 балла за невыполнение в установленные сроки	Допуск к зачету – 55 б.(50%) «автомат» при зачете –66 б. (70%)
ИТОГО	12	24			110 б.			

Лист регистрации изменений и дополнений к РПД

(фиксируются изменения и дополнения перед началом учебного года,
при необходимости внесения изменений на следующий год –
оформляется новый лист изменений)

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой	Дата, номер протокола заседания совета факультета. Подпись декана факультета
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МАРКЕТИНГ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и поститогового контроля по дисциплине

1.1. Настоящий Фонд оценочных средств(ФОС) по дисциплине «Маркетинг проектной деятельности» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины «Маркетинг проектной деятельности» (РПД). На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.
1.2. Оценивание всех видов контроля(текущего, промежуточного, поститогового) осуществляется по 5-ти балльной шкале.
1.3. Результаты оценивания текущего контроля учитываются в рейтинге.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций

Код компетенции	ПК-5
Формулировка компетенции	Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области
Индикатор достижения компетенции	ИПК 5.1 Демонстрирует знание принципов проектирования, владения проектными технологиями ИПК 5.2 Разрабатывает и реализует индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области

3. Содержание оценочных средств текущего контроля и критерии их оценивания

3.1 *Текущий контроль* осуществляется преподавателем дисциплины при проведении занятий в следующих формах: тестирование, контрольные работы.

3.2. Формы текущего контроля и критерии их оценивания.
Форма контроля 1 - Типовые тестовые задания

Типовой тест 1

Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций: ПК-5: ИПК-5.1; ИПК-5.2; ИПК-5.3.

Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций	ПК-5: ИПК-5.1; ИПК-5.2; ИПК-5.3.
Количество заданий в типовом тесте 1	10
Время выполнения типового теста	20 минут

Оценивание выполнения (не выполнения) тестового задания	1 балл (0 баллов)
Максимальное количество баллов	10 баллов
Критерии оценивания выполнения типового теста 1	100 – 90% - отлично 89 – 70% – хорошо 69 – 50 %– удовлетворительно Ниже 50% - неудовлетворительно

Выбрать один правильный ответ:

1. К каналам личной коммуникации можно отнести:
а) общение одного лица с аудиторией;
б) прямую почтовую рекламу;
в) рекламу по телевидению;
г) печатную рекламу.
2. Прямой маркетинг - это:
а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
г) благожелательное представление товара в СМИ.
3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?
а) товары импульсной покупки;
б) товары особого спроса;
в) товары постоянного спроса;
г) товары предварительного выбора
4. Затраты фирмы на рекламу составляют:
а) 1 % от суммы продаж;
б) 2-10 % от суммы продаж;
в) 20 % от суммы продаж;
г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.
5. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:
а) потребность в любви;
б) потребность в безопасности;
в) физиологические потребности;
г) потребность в саморазвитии.
6. Что является главным в определении маркетинг:
а) сбыт товара;
б) снижение издержек производства;
в) удовлетворение потребностей потребителей;
г) установление цены товара;
7. Главное отличие пропаганды от рекламы в:
а) ее платности;
б) ее личном характере;
в) ее общественном характере;
г) она не оплачивается.
8.Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:
а) пяти элементов;
б) шести элементов;
в) девяти элементов;
г) трех элементов.
9. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:
а) географическому;

б) демографическому;
в) поведенческому;
г) психографическому;
10. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:
а) реклама;
б) стимулирование сбыта;
в) обратная связь;
г) все перечисленные.

Форма контроля 2 –Типовая контрольная работа

Типовая контрольная работа 1.

Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций	ПК-5: ИПК-5.1; ИПК-5.2; ИПК-5.3.
Количество заданий в типовой контрольной работе	4
Время выполнения типовой контрольной работы	20 минут
Оценивание выполнения (невыполнения) задания в типовой контрольной работе	1 балл (0 баллов)
Максимальное количество баллов	4 балла
Критерии оценивания выполнения типовой контрольной работы	100 - отлично 99 – 75% – хорошо 74 – 50 %– удовлетворительно Ниже 50% - неудовлетворительно

Задание 1.
Ответьте на вопрос: Кто является субъектом управленческого решения.
Задание 2.
Ответьте на вопрос: Какими по содержанию могут быть управленческие решения?
Задание 3.
Ответьте на вопрос: В чем особенность линейной организационной структуры предприятия?
Задание 4.
Перечислите принципы маркетинга.

3.3 Методические указания по проведению процедуры текущего контроля

1. Текущий контроль проводится на протяжение всего семестра.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов текущего контроля проводятся преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется в течение недели после проведения контрольного мероприятия.
4. Результаты текущего контроля учитываются в рейтинге по дисциплине.
5. Все материалы, полученные от обучающихся в ходе текущего контроля (контрольная работа, диктант, тест, организация дискуссии, круглого стола, доклад, реферат, отчет по лабораторной работе, отчет по педагогической практике и т.п.), должны храниться в течение текущего семестра на кафедрах.
6. Считать, что положительные результаты текущего контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования указанных компетенций (этапов формирования компетенций).

4. Содержание оценочных средств промежуточной аттестации и критерии их оценивания

4.1. Промежуточная аттестация проводится в виде: экзамена (7 сем.).
4.2. Содержание оценочного средства. Проверяемые компетенции и индикаторы достижения компетенций: ПК-5, ИПК 5.1, ИПК 5.2
Примерные вопросы и задания к экзамену
Вопросы:
1. Понятие маркетинга.
2. Категории маркетинга. Рынок.
3. Категории маркетинга. Потребность.
4. Категории маркетинга Обмен.
5. Категории маркетинга Товар.
6. Цели и принципы маркетинга.
7. Концепции комплекса маркетинга (marketingmix).
8. Модель поведения индивидуальных покупателей.
9. Модель поведения покупателей-организаций.
10. Мотивация потребителей.
11. Виды и источники маркетинговой информации.
12. Методы сбора маркетинговой информации.
13. Маркетинговые исследования.
14. Маркетинговая информационная система (МИС).
15. Сегментирование рынка.
16. Позиционирование.
17. Дифференцирование.
18. Выбор целевого рынка.
19. Товарная политика.
20. Концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП).
Задания:

1. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы.

   В организации прошел слух о сокращении штата работников. Коллектив заволновался. Люди, забыв о делах, говорили только об этом. Начались переживания, опасения, интриги, возникли слухи и сплетни. Наконец до каждого подразделение довели списки увольняемых. В подразделении, где работала Галина, было 7 человек. Все женщины. Сокращению подлежала начальница пенсионного возраста. Узнав об этом, она пошла к руководителю учреждения и выразила несогласие, заявив, что она работает в этой должности 15 лет и единственная в этом подразделении знает весь процесс работы. Кроме того, у неё на иждивении больной 17-летний сын. Тогда руководитель решил сократить одну из молодых сотрудниц, которая была принята на работу позже всех. Её проблемы – наличие малолетнего сына и неработающего мужа, во внимание не были приняты. Оставшиеся, конечно, вздохнули с облегчением, хотя никто не считал решение справедливым. Прошло уже много времени, а прежней доброжелательной атмосферы в коллективе как не бывало. Все недовольные высшим руководством из – за необъективности и непоследовательности в кадровых решениях: почему во главу угла ставят то возраст, то квалификацию, то стаж, то базовое образование.

   Вопросы:

   - Можно ли говорить о конфликте в подразделении? Если да, то охарактеризуйте его. Если, на Ваш взгляд, в подразделении несколько конфликтов, охарактеризуйте каждый.
   - Что можно посоветовать руководителю на случай сокращения штата работников?
   - Что можно посоветовать подчинённым по поводу сокращения кадров?

2. Проведите анализ факторов дальнего окружения (PEST-анализ) для выбранной вами организации (политические, экономические, социальные, технологические, другие).
3. Ситуационная задача. Вы недавно назначены менеджером по кадрам. Вы еще плохо знаете сотрудников фирмы, сотрудники еще не знают вас в лицо. Вы идете на совещание к генеральному директору. Проходите мимо курительной комнаты и замечаете двух сотрудников, которые курят и о чемто оживленно беседуют. Возвращаясь с совещания, которое длилось один час, вы опять видите тех же сотрудников в курилке за беседой. Вопрос. Как бы вы поступили в данной ситуации? Объясните свое поведение.
4. Ситуационная задача. Руководитель отдела Борисов пригласил к себе на беседу одного из сотрудников по поводу его поведения в отделе. Борисов на конкретных примерах и фактах доказал сотруднику его виновность в создании плохого психологического климата в коллективе. В ходе беседы Борисова дважды вызывали к руководству, несколько раз он отвлекался на телефонные звонки, в том числе и личного характера. Таким образом беседа несколько раз прерывалась. В конце концов сотрудник попросил его больше не беспокоить по этому вопросу и ушел. Начальник отдела только посетовал на тяжелый характер сотрудника. Вопрос: Прав ли руководитель?

4.3. Критерии оценивания

Оценка за экзамен выставляется с учетом рейтинга. Если обучающийся набрал недостаточное количество баллов или хочет повысить оценку, то обучающийся сдает экзамен.

Шкала оценивания для экзамена:

Уровни освоения индикаторов достижения компетенций	**Содержательное описание уровня**	**Основные признаки выделения уровня**	**Академическая оценка**	**% освоения (рейтинговая оценка)**
Повышенный (высокий)	Творческая деятельность	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий.	Отлично	90-100
Базовый	Продуктивная деятельность	Включает нижестоящий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	Хорошо	70-89
Удовлетворительный	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретического и	Удовлетворительно	50-69

		практического материала		
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		Неудовлетворительно	менее 50

4.4. Методические указания по проведению процедуры промежуточной аттестации

1. Сроки проведения процедуры оценивания: по расписанию экзаменов (зачета - на последнем занятии по предмету). Если обучающийся по результатам рейтинговой системы не набирает нужное количество баллов или желает повысить оценку, то сдает экзамен/ зачет согласно требованиям.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов промежуточной аттестации проводится преподавателем, ведущим дисциплину.
3. Предъявление результатов оценивания осуществляется: по окончании ответа студента и фиксируется в зачетной книжке и экзаменационной ведомости.
4. При наличии письменных ответов обучающихся, полученных в ходе экзаменационной сессии, материалы хранятся в течение месяца после завершения сессии на кафедрах.
5. Порядок выполнения и защиты курсовой работы регламентирован «Положением о курсовой работе ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт имени В.Г. Короленко».
6. Считать, что положительные результаты промежуточного контроля свидетельствуют об .успешном процессе формирования указанных компетенций и индикаторов достижения компетенций (этапов формирования компетенций).

5. Содержание оценочных средств для проверки сформированности компетенций и индикаторов достижения компетенций (поститорговый контроль) и критерии их оценивания

Задания для проверки компетенции и индикаторов достижения компетенции: ПК-5, ИПК 5.1, ИПК 5.2

ПК-5 Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-исследовательскую и проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области	
ИПК 5.1 Демонстрирует знание принципов проектирования, основ учебно-исследовательской деятельности, владения проектными технологиями. области.	Для разработки технологии маркетингового проектирования, выделите показатели эффективности и качества образовательных услуг для социальных заказчиков
ИПК 5.2 Разрабатывает и реализует индивидуальную и совместную учебно-исследовательскую и проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области.	

Ключ к практическому заданию.

Социальный заказчик				
Государство	Предприятие, фирма (работодатель)	ВУЗ	Родители	Учащиеся

решение экономических и социальных проблем. Воплощение социально-политических функций граждан, воспитание законопослуша-ния, уважения к органам власти	предприимчивость, высокая мобильность (способность быстро переквалифици-роваться на другую специальность), ответственность	высокий уровень знаний, умений, навыков	1) на младшей и средней ступенях школы – комфортность самочувствия детей в коллективе, психо-сберегающие технологии работы с детьми, охрана здоровья; 2) на старшей школьной ступени – высокий уровень знаний, умений, навыков. Подготовка к поступлению в вуз через платные образовательные услуги (чаще репетиторство)	успешное решение личных и социальных жизненных задач

Критерии оценивания:
Каждый индикатор достижения компетенции оценивается в 10 баллов:

- Тестовое задание оценивается в 10 баллов (ответ на вопрос теста стоит 0 или 2 балла);
- Задания на соответствие оцениваются в 10 баллов (каждое оценивается 0-5 баллов)
  - 5 баллов – полностью правильно найденные соответствия;
  - 4 балла – три правильных соответствия;
  - 3 балла – два правильных соответствия;
  - 2 балла – одно правильно соответствие;
  - 1 балл – отсутствие правильных соответствий;
  - 0 баллов – не приступал к выполнению задания;
- Каждое практическое задание оценивается в 10 баллов:
  - 10 баллов - студент правильно выполнил предложенные задания на основе изученной теории, методов, приемов, технологий;
  - 8 баллов - студент способен применять полученные теоретические знания в практической деятельности, решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов, при выполнении заданий допускает незначительные ошибки;
  - 6 баллов - при выполнении задания допущены грубые ошибки;
  - 0 баллов - студент не выполнил задание.

Оценка зависит от процента выполнения всех заданий.

Шкала оценивания сформированности компетенции

Уровни освоения компетенции	**Содержательное описание уровня**	**Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)**	**Академическая оценка**	**% освоения (рейтинговая оценка)**
Повышенный	Творческая деятельность	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать	Отлично	90-100

(высокий)		проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий.		
Базовый	Продуктивная деятельность	Включает нижестоящий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	Хорошо	75-89
Удовлетвори тельный	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретического и практического контролируемого материала	Удовлетво рительно	50-74
Недостаточ-ный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		Неудовлетв орительно	менее 50

Считать, что положительные результаты поститогового контроля свидетельствуют об успешном процессе формирования компетенции (ий) и индикатора (ов) достижения компетенции (ий) (этапа формирования компетенции).Если обучающийся получил оценку «неудовлетворительно», то считать компетенцию не сформированной на данном этапе. При получении оценок «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» считать, что проверяемая компетенция сформирована на достаточном уровне.

Методические указания для проверки остаточных знаний

1. Сроки проведения процедуры оценивания: по графику деканата.
2. Сбор, обработка и оценивание результатов поститогового контроля проводится преподавателем по распоряжению деканата.

Предъявление результатов оценивания осуществляется в течение недели после проведения контрольного мероприятия, оформляется в виде отчета и хранится в деканате в течение всего срока обучения обучающегося.