

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.09.2024 08:51:22
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2110135a11

Приложение 1



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Воротников И.Л./
« 20 » мар 2021 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплина	МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В АПК
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная
Кафедра-разработчик	Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК
Ведущий преподаватель	Родионова Ирина Анатольевна, профессор

Разработчик: профессор, Родионова И.А.

подпись

Саратов 2021

Содержание

- 1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП 3
- 2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различные 4
этапах их формирования, описание шкал оценивания
- 3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для 6
оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения
образовательной программы.....
- 4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний 17
умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы и
формирования

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

В результате изучения дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 963, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК»

Таблица 1

Компетенция		Индикаторы достижения компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (семестр)*	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование				
1	2	3	4	5	6
ПК-8	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг, снижению рисков и повышению эффективности инвестиционной деятельности на основе анализа требований конъюнктуры аграрных рынков и современных	ПК - 8.1. - Организует внедрение технологических и продуктовых инноваций	8	лекции, практические занятия	устный опрос, письменный опрос

достижений науки и техники				
-------------------------------------	--	--	--	--

Компетенция *ПК-8* – также формируется в ходе освоения дисциплины «Риски в коммерческой деятельности», а также в ходе прохождения торгово-экономической и преддипломной практик, защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Перечень оценочных средств*

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	кейс	случай из практики наглядно демонстрирующий какую-либо теорию	комплект кейсовых заданий
2	собеседование	средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанной на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	вопросы по темам дисциплины: – перечень вопросов для устного опроса – задания для самостоятельной работы
3	типовой расчет	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	банк заданий
4	тестирование	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	комплект тестовых заданий

Программа оценивания контролируемой дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1.	Исторические предпосылки формирования теории инноваций	ПК-6	Самостоятельная работа
2.	Общая классификация инноваций	ПК-6	Самостоятельная работа
3.	Инновационная деятельность в АПК	ПК-8	Самостоятельная работа
4.	Основные элементы инновационного процесса в АПК	ПК-8	Самостоятельная работа
5.	Модели и управление инновационным процессом	ПК-8	Самостоятельная работа
6.	Мотивация инновационной деятельности	ПК-8	Самостоятельная работа
7.	Основные понятия инновационного маркетинга	ПК-8	Самостоятельная работа, комплект тестовых заданий
8.	Виды инновационного маркетинга	ПК-8	Самостоятельная работа
9.	Маркетинговые исследования в инновационной деятельности	ПК-8	Доклад, самостоятельная работа
10.	Анализ спроса на инновации.	ПК-8	Самостоятельная работа
11.	Управление маркетингом инноваций	ПК-8	Доклад, самостоятельная работа
12.	Маркетинг инноваций на предприятии	ПК-8	Самостоятельная работа
13.	Маркетинг микс-инноваций	ПК-8	Самостоятельная работа, комплект тестовых заданий
14.	Международный маркетинг инноваций	ПК-8	Доклад, комплект кейсовых заданий
15.	Стратегический маркетинг инноваций	ПК-8	комплект кейсовых заданий
16.	Тактический маркетинг инноваций	ПК-8	Самостоятельная работа
17.	Хайтек-маркетинг и «подрывные инновации»	ПК-8	комплект кейсовых заданий
18.	Выбор приоритетных направлений инновационной деятельности	ПК-8	Доклад,
19.	Оценка эффективности инноваций	ПК-8	Самостоятельная работа, комплект тестовых заданий
20.	Анализ поведения потребителей инновационной продукции	ПК-8	Самостоятельная работа

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 4

Код компетенции и, этапы освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетвори	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)

и		тельно)			
1	2	3	4	5	6
ПК-8, 8 семестр	ПК - 8.1. - Организовывает внедрение технологических и продуктовых инноваций	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (содержание маркетинга инноваций в АПК, виды инновационного маркетинга, методы управления инновациями), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала (содержание маркетинга инноваций в АПК, виды инновационного маркетинга, методы управления инновациями), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видеоизменении заданий

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Входной контроль

Вопросы входного контроля

1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.
2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
3. Цели системы маркетинга.
4. Этапы процесса управления маркетингом.
5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка

6. Позиционирование товара на рынке
7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
8. Система маркетинговой информации.
9. Этапы проведения маркетингового исследования.
10. Выбор целей маркетингового исследования.
11. Способы сбора первичных данных.
12. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
13. Четыре основных типа конкурентов.
14. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
15. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
16. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
17. Бизнес в интернете: B2C, B2B, C2C, C2B,
18. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
19. Процесс покупки: стадии принятия решения о покупке.
20. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
21. Выбор целевых сегментов рынка: 5 моделей структуры целевого рынка
22. Этапы коммуникативного процесса.
23. Разработка и управление рекламной кампанией
24. Стимулирование сбыта
25. Связи с общественностью (PR)
26. Прямой маркетинг.
27. Деловой и потребительский рынки.
28. Факторы, влияющие на бизнес-покупателей.
29. Стадии процесса производственных закупок.

3.2. Текущий контроль

Контроль освоения дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК» проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Текущий контроль по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» позволяет оценить степень восприятия учебного материала и проводится для оценки результатов изучения разделов/тем дисциплины.

Текущий контроль проводится в виде:

- тематического контроля: по итогам изучения отдельных тем дисциплины;

- рубежного контроля: по итогам изучения раздела или нескольких разделов дисциплины.

3.3. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа студентов на дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» предполагает как устную, так и письменную формы изложения изученного материала:

1. Подготовка к аудиторным занятиям (проработка законспектированного на лекционных занятиях учебного материала, учебной и научной литературы; подготовка к практическим занятиям);
2. Подготовка к рубежному контролю (повторение учебного материала);
3. Выполнение индивидуальных или групповых заданий по изученной теме.

Тематика самостоятельных работ устанавливается в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Пример по каждой теме для самостоятельных работ

Тема 1. Маркетинг инноваций на предприятии

Задание.

Заполните пустые столбцы:

1. В первом столбце расставьте формы инновационных стратегий с учетом области деятельности (виоленты, пациенты, коммутанты, эксплеренты).

2. В третьем столбце укажите примеры фирм соответствующих форме инновационной стратегии и области деятельности. Примеры фирм с различной инновационной стратегией

Формы инновационных стратегий	Области деятельности	Пример
	Фирмы, специализирующиеся на создании новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка. Сила обусловлена во внедрении принципиальных нововведений, они извлекают выгоду из первоначального присутствия на рынке. Они – двигатели научно-технической революции. Их девиз: «Лучше и дешевле, если получится».	
	Фирмы, работающие на узкий сегмент рынка и удовлетворяющие требования потребителей. НТП требует принятия решений о сроках поставки на производство и снятия с него. Продукция дорогая и высококачественная. Их девиз: «Дорого, зато хорошо».	
	Сфера крупного бизнеса. НТП требует	

	принятия решений о постановке продукции на производство, снятие с него, об инвестициях в расширение производства, о замене технологического парка. Их девиз: «Дешево, но прилично»	
	Сфера среднего и мелкого бизнеса. НТП требует принятия решения о поставке продукции на производство, о степени технологического освоения изделий. Их девиз: «Вы доплачивается за то, что я решаю именно Ваши проблемы».	

3.4. Доклады

Умения и навыки, на формирование которых направлено выполнение данного вида работ

Выполнение устного доклада в полной мере раскрывает творческий подход обучающихся к самостоятельной проработке нового материала, позволяет оценить степень готовности учащихся к самостоятельному выбору актуальных проблем дисциплины. Данный вид творческой работы позволяет обучающимся овладеть навыками систематизации материала, развивает умение конкретизировать и обобщать проблемы и перспективы развития международной торговли и валютных рынков на основе анализа массива научной и периодической литературы по выбранной теме.

Рекомендуемая тематика докладов по дисциплине приведена в таблице 5.

Таблица 5

Темы докладов, рекомендуемые к написанию при изучении дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК»

№ п/п	Темы докладов
1	2
1	Маркетинговые возможности и угрозы для маркетинговых инноваций в условиях обострения конкуренции
2	Необходимость разработки нового товара в маркетинговой деятельности предприятий
3	Особенности жизненного цикла новшества
4	Информационные потоки, которые стимулируют возникновение нововведений
5	Стратегический альянс как эффективная форма осуществления инновационной деятельности
6	Метод "техника анкеты свойств и характеристики товара"
7	Типичная модель Stage-Cate выведения инноваций на рынок

3.5. Тестирование

Тестирование проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК». Количество вариантов типовых заданий – 5.

Пример тестового задания

1. Маркетинг инноваций - это:

- 1) поиск возможностей достижения уникальных преимуществ, источником которых являются инновационные технологии / новые продукты, с целью обеспечить качественно новый уровень удовлетворения потребностей или удовлетворение новой потребности;
- 2) деятельность субъектов хозяйствования по созданию продуктов рыночной новизны.

2. Что первично новация или инновация:

- 1) новация;
- 2) инновация.

3. Новация - это (выберите правильный ответ):

- 1) новые продукты (процессы) интеллектуальной деятельности (новые явления, открытия, методы удовлетворения общественных потребностей и т.д.) и их организационное внедрение;
- 2) новые продукты (процессы) как материализованный результат воспроизведения и коммерциализации новаций.

4. Понятие «новация» впервые появилось в:

- 1) XVIII в.;
- 2) XIX в.;
- 3) XX в.

5. В научной литературе распространены три точки зрения к определению термина «инновация» (дописать недостающую):

- 1) инновация нововведение, новшество;
- 2) _____;
- 3) инновация процесс внедрения в производство новых изделий, элементов, подходов, качественно отличных от предыдущего аналога.

6. В доиндустриальный период развития общества богатство и процветание страны определяли:

- 1) объем золотого запаса;
- 2) численность армии;
- 3) площадь обрабатываемых земель;
- 4) объемы и качество простого продукта.

7. Результаты исследований каких ученых легли в основу современной теории инноватики:

- 1) К. Маркса;

- 2) Й. Шумпетера;
- 3) Адама Смита;
- 4) Н. И. Бухарина;
- 5) Н. Д. Кондратьева;
- 6) А.Файоля;
- 7) М. Джексона.

8. Й. Шумпетер рассматривал «инновацию» как:

- 1) нововведение;
- 2) новую функцию производства.

9. Какая из типов инноваций, принятых Й.Шумпетером, определяет введение нового продукта:

- 1) продуктовая;
- 2) технологическая;
- 3) сырьевая;
- 4) организационная;
- 5) сбытовая.

10. Какая из типов инноваций, принятых Й.Шумпетером, определяет изменение в материально-техническом обеспечении:

- 1) продуктовая;
- 2) технологическая;
- 3) сырьевая;
- 4) организационная;
- 5) сбытовая.

11. Дойль выделяет три типа маркетинга инноваций(дописать отсутствует тип):

- 1) новые старые продукты;
- 2) _____;
- 3) новые способы ведения коммерческой деятельности.

12. Дойль выделяет три типа маркетинга инноваций(дописать отсутствует тип):

- 1) новые старые продукты;
- 2) новые рынки;
- 3) _____.

13. Кондратьев Н. Д. доказал, что переход к новому рынку связан с:

- 1) расширением запаса капитальных благ;
- 2) прибыльным использованием инноваций;

- 3) глубокой изменением техники производства;
- 4) освоением новых рынков сбыта;
- 5) массовым внедрением накопились технических изобретений.

14. Какая из научных теорий, разработанных Н. Д. Кондратьевым, нашла свое непосредственное применение в инноватике:

- 1) теория длинных волн, или больших циклов конъюнктуры;
- 2) теория длинных, средних и коротких циклов деловой активности,
- 3) теория циклов экономического роста;
- 4) теория циклов общественного развития.

15. Выбрать соответствующие признаки классификации инноваций, предложенных А. И. Пригожиным:

- 1) по форме инноваций;
- 2) по распространенности;
- 3) по преемственности;
- 4) по охвату ожидаемой доли рынка;
- 5) по частоте применения;
- 6) по области применения.

3.6. Метод кейсов

Тема: Международный маркетинг инноваций

Цель занятия:

- Формирование навыка выявления и анализа стратегически значимых мировых тенденций развития инновационной экономики.

Задачи занятия:

1. Развитие способности изучения и критического анализа программных документов зарубежных стран и международных организаций, связанных с характеристикой тенденций развития инновационной экономики;
2. Выработка умений представлять собственное суждение, основанное на полученных знаниях и выслушивать мнения оппонентов.

Краткая характеристика проблемы:

Глобальные вызовы современности включают перечень социальных, природных и техногенных задач, стоящих перед обществом. Их успешное решение или «фиаско» окажет воздействие на прогресс и сохранение нашей цивилизации. К специфическими признаками глобальных вызовов относят объективность возникновения в ходе развития общества, динамичность их проявления и настоятельность решения. Если государства займут позицию игнорирования насущных проблем, это приведет к разрушению существующей социально-экономической системы.

По мнению ученых, государственных и общественных деятелей основным трендом глобальной инновационной экономики становится ускоренное развитие закрывающих и конвергентных технологий, которые изменят «облик» традиционных отраслей мировой социально-экономической системы (энергетики, транспорта, дорожного, промышленного и жилого строительства, производства товаров, медицины и других сфер).

Как уже отмечалось, на сегодняшний день основной способ производства товаров – это механическая, тепловая и пр. обработка. Нередко в отходы попадает до 80 % сырья, большое количество энергии используется нерационально. Совсем иная ситуация будет складываться при использовании закрывающих и конвергентных технологий. Достоинства новых технологий не подвергаются сомнениям: максимально рациональное использование сырья и материалов, экономичность и эффективность, скорость производства, способность изготавливать сложнейшие механизмы почти без участия человека.

В соответствии с Руководством Фраскати, инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам.

В соответствии с международными стандартами («Руководством Осло») инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Методические рекомендации

Каждый обучающийся:

1. Изучает содержание карточек с краткой обзорной информацией по общемировым тенденциям и тенденциям развития национальных инновационных экономик и перечнем обсуждаемых проблем.
2. Готовит сообщение на основе полученной информации, в том числе лекционного материала и самостоятельно изученных источников.
3. Кратко представляет сообщение, принимает участие в обсуждении преимуществ и недостатков в тенденциях развития инновационной экономики.

3.7. Рубежный контроль

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций.
2. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность предприятий АПК.
3. Технологические уклады
4. Инновационный процесс и жизненный цикл инноваций.
5. Жизненный цикл инновационного продукта.
6. Жизненный цикл технологической инновации
7. Модели инновационного процесса.
8. Управление инновационным процессом
9. Мотивация создания и продажи инноваций.
10. Мотивация покупки инноваций
11. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.
12. Комплекс инновационного маркетинга

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Базовые системы инновационной экономики. Концепция государственной инновационной политики РФ. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ
2. Стратегия инновационного развития РФ. Стратегия развития науки и инноваций РФ.
3. Факторы, влияющие на инновационную активность экономики России.
4. Анализ инновационной активности субъектов российской экономики.
5. Классификация научных организаций, осуществляющих инновационную деятельность.
6. Условия формирования инновационной культуры.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Стратегический инновационный маркетинг.
2. Тактический инновационный маркетинг.
3. Понятие маркетингового исследования.
4. Сущность, цели, задачи и методы маркетинговых исследований инновационной продукции
5. Понятие рыночного спроса.
6. Эластичность спроса.
7. Вспомогательные методы анализа спроса

8. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия.
9. Управление маркетингом инноваций
10. Значение маркетинга инноваций на предприятии.
11. Формы финансирования инноваций на предприятии.
12. Стратегии инновационного развития предприятия
13. Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта.
14. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Предпосылки эффективного функционирования инновационной инфраструктуры.
2. Технопарки. Бизнес-инкубаторы.
3. Консалтинговые агентства. Инжиниринговые компании. Центры независимой экспертизы.
4. Национальные исследовательские центры. Конструкторские бюро. Инновационно-внедренческие фирмы. Центры трансфера технологий.
5. Интеллектуальный капитал. Защита прав на использование интеллектуальной собственности.
6. Ноу-хау.
7. Мировой рынок наукоемкой продукции и его роль в развитии мирового хозяйства.
8. Трансфер инноваций как рыночный регулятор диффузных процессов.

Вопросы рубежного контроля № 3

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Международный маркетинг передачи или обмен технологий.
2. Международное патентование и лицензионная торговля.
3. Международная стратегия инноваций фирмы, выходящей на зарубежный рынок
4. Стратегический маркетинг в инновационной сфере.
5. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.
6. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта.
7. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку
8. Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие.
9. Анкетирование потребителей и разработка карты преимуществ для нового товара
10. Хайтек-продукция и рынок инноваций.
11. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов – новых технологий и ценообразование на хайтек-продукцию.
12. «Подрывные» инновации как технологические нововведения.

13. Принципы «подрывных» инноваций
14. Поиск и выбор идеи инновационного проекта.
15. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок
16. Принципы оценки эффективности инновационной деятельности.
17. Показатели оценки эффективности инновационной деятельности
18. Типология потребителей инновационной продукции

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Анализ внешнего окружения.
2. Оценка конкурентоспособности нового товара
3. Методы формирования продуктовой политики
4. . Методы оценки эффективности инновационного проекта
5. . Стратегии выходы на новые рынки

3.8. Промежуточная аттестация

Контроль за освоением дисциплины «Маркетинг инноваций в АПК» и оценка знаний обучающихся на зачете производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Вид промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело – зачет.

Цель проведения промежуточной аттестации (зачета) – контроль формирования у обучающихся навыков составления, обоснования, представления экономических расчетов и интерпретации отчетности для принятия управленческих решений в инновационной деятельности.

Тематика вопросов, выносимых на зачет

1. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций.
2. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность предприятий АПК.
3. Технологические уклады
4. Инновационный процесс и жизненный цикл инноваций.
5. Жизненный цикл инновационного продукта.
6. Жизненный цикл технологической инновации

7. Модели инновационного процесса.
8. Управление инновационным процессом
9. Мотивация создания и продажи инноваций.
10. Мотивация покупки инноваций
11. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности.
12. Комплекс инновационного маркетинга
13. Стратегический инновационный маркетинг.
14. Tактический инновационный маркетинг.
- 15.** Понятие маркетингового исследования.
16. Сущность, цели, задачи и методы маркетинговых исследований инновационной продукции
17. Понятие рыночного спроса.
18. Эластичность спроса.
19. Вспомогательные методы анализа спроса
20. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия.
21. Управление маркетингом инноваций
- 22.** Значение маркетинга инноваций на предприятии.
- 23.** Формы финансирования инноваций на предприятии.
24. Стратегии инновационного развития предприятия
25. Маркетинговая ценовая политика и ценовые стратегии для нового продукта.
26. Маркетинговые коммуникации в продвижении инноваций на рынок.
27. Международный маркетинг передачи или обмена технологий.
28. Международное патентование и лицензионная торговля.
29. Международная стратегия инноваций фирмы, выходящей на зарубежный рынок
- 30.** Стратегический маркетинг в инновационной сфере.
31. Регулярный и санационный стратегический маркетинг.
32. Консервативные и радикальные методы выбора нового продукта.
33. Стратегические маркетинговые решения приспособления к рынку
34. Сущность тактического маркетинга инноваций и его основные составляющие.
35. Анкетирование потребителей и разработка карты преимуществ для нового товара
36. Хайтек-продукция и рынок инноваций.
37. Жизненный цикл принятия инновационных продуктов – новых технологий и ценообразование на хайтек-продукцию.
38. «Подрывные» инновации как технологические нововведения.
39. Принципы «подрывных» инноваций
40. Поиск и выбор идеи инновационного проекта.
41. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок
42. Принципы оценки эффективности инновационной деятельности.
43. Показатели оценки эффективности инновационной деятельности

44. Типология потребителей инновационной продукции

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль результатов обучения студентов, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Маркетинг инноваций в АПК» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля и контрольные задания для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 7.

Таблица 7

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
высокий	«отлично»	«зачтено»	«зачтено (отлично)»	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
базовый	«хорошо»	«зачтено»	«зачтено (хорошо)»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
пороговый	«удовлетворительно»	«зачтено»	«зачтено (удовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
				практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
–	«неудовлетворительно»	«не зачтено»	«не зачтено (неудовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил пробелы в знаниях основного учебного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий, не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательной организации без дополнительных занятий

4.2.1. Критерии оценки устного ответа при промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

Знания: содержания маркетинга инноваций в АПК, видов инновационного маркетинга, методы управления инновациями

Умения: организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций

Владения: внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса.

Критерии оценки

отлично	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание материала (содержания маркетинга инноваций в АПК, видов инновационного маркетинга, методы управления инновациями), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; – умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), используя современные методы и показатели такой оценки; – успешное и системное владение навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
хорошо	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание материала, не допускает существенных неточностей;

	<ul style="list-style-type: none"> - в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций) используя современные методы и показатели такой оценки; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
удовлетворительно	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала; - в целом успешное, но не системное умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), используя современные методы и показатели оценки (рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели); - в целом успешное, но не системное навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
неудовлетворительно	<p>обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале видов инноваций, современных достижений науки и техники), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет использовать методы и приемы (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено; - обучающийся не владеет навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса

4.2.2. Критерии оценки доклада

При подготовки устного доклада обучающийся демонстрирует:

знания: основных понятий проблемы доклада;

умения: систематизировать и структурировать материал; делать обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу, делать и аргументировать основные выводы

владение навыками: анализа различных источников информации по данной проблематике, систематизации и структурирования материала доклада

Критерии оценки устного доклада

отлично	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала (виды инноваций, современные достижения науки и техники в агробизнесе) - грамотность и культура изложения; - дает правильные ответы на вопросы аудитории при презентации
----------------	---

	доклада
хорошо	обучающийся демонстрирует: - знание материала (виды инноваций, современные достижения науки и техники в агробизнесе) - дает неточные ответы на вопросы аудитории при презентации доклада
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: - неполное знание материала (виды инноваций, современные достижения науки и техники в агробизнесе) - не отвечает на вопросы аудитории при презентации доклада
неудовлетворительно	обучающийся: - не выполнил доклад

4.2.3. Критерии оценки выполнения контрольных работ

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: соответствия предполагаемым ответам

умения: ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы

владение навыками: самостоятельной работы

Критерии оценки выполнения контрольных работ

отлично	ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.
хорошо	ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.
удовлетворительно	ставится, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.
неудовлетворительно	ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

4.2.4. Критерии оценки выполнения кейс-заданий

Знания: содержания маркетинга инноваций в АПК, видов инновационного маркетинга, методы управления инновациями

Умения: организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций

Владения: внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса.

Критерии оценки

отлично	обучающийся демонстрирует: - знание материала (содержания маркетинга инноваций в АПК,
----------------	--

	<p>видов инновационного маркетинга, методы управления инновациями), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), используя современные методы и показатели такой оценки; - успешное и системное владение навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
хорошо	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала, не допускает существенных неточностей; - в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций) используя современные методы и показатели такой оценки; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
удовлетворительно	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала; - в целом успешное, но не системное умение (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), используя современные методы и показатели оценки (рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели); - в целом успешное, но не системное владение навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса
неудовлетворительно	<p>обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале содержания маркетинга инноваций в АПК, видов инновационного маркетинга, методы управления инновациями, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет использовать методы и приемы (организовывать внедрение технологических и продуктовых инноваций), неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено; - обучающийся не владеет навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций на предприятиях агробизнеса

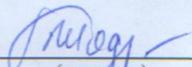
4.2.5. Критерии оценки выполнения тестовых заданий

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:
знания: изучаемого предмета

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

отлично	ставится, если обучающийся ответил правильно на 85-100 % вопросов
хорошо	ставится, если обучающийся ответил правильно на 74-84 % вопросов
удовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно на 60-73 % вопросов
неудовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно менее чем на 60 % вопросов

Разработчик(и): профессор, Родионова И.А.


(подпись)