Приложение

к рабочей программе дисциплины

«Профессиональный практикум»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Фонд оценочных средств

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПРАКТИКУМ**

38.03.06 Торговое дело

Интернет-маркетинг и электронная торговля

Форма обучения

очная

Владивосток 2020 г.

**1 Перечень формируемых компетенций**

Таблица 1 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программе\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код компетенции | Формулировка компетенции | Номер этапа |
| ОПК-4 | способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией | 6 |
| ПК-3  | способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров | 5 |
| ПК -13 | готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)  | 4 |

 Компетенция считается сформированной на данном этапе (номер этапа таблица 1 ФОС) в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

**2 Описание критериев оценивания планируемых результатов обучения**

***<ОПК-4 > <*** Способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией ***>***

|  |  |
| --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения\***(показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | **Критерии оценивания результатов**  **обучения** |
| **Знает** | основные понятия, цели, классификации информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в профессиональной (маркетинговой) деятельности | Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии |
| **Умеет** | использовать информационные технологии в профессиональной (маркетинговой) деятельности; решать исследовательские и аналитические задачи | Самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет** | методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований, документационного и информационного обеспечения профессиональной деятельности | Корректность выбора методов (инструментов) решения задачСамостоятельность решения поставленных задач |

***<ПК-3>*** < Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка  ***>***

|  |  |
| --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения\***(показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | **Критерии оценивания результатов обучения\*\*** |
| **Знает** | целей, принципов, функций, сфер применения, объектов, средств и методов маркетинга | Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии |
| **Умеет** | выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга; разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций с рынком с целью воздействия на уровень, время и характер спроса; разрабатывать маркетинговые стратегии и программы по формированию и удовлетворению спроса, оценивать их эффективность | Самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет** | использования методов и средств выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; разработки маркетинговых стратегий и программ по формированию и удовлетворению спроса, оценки их эффективности | Корректность выбора методов (инструментов) решения задачСамостоятельность решения поставленных задач |

***<ПК-13>*** < Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) ***>***

|  |  |
| --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения\***(показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | **Критерии оценивания результатов обучения\*\*** |
| **Знает** | особенности реализации проектов в различных областях профессиональной (маркетинговой) деятельности | Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии |
| **Умеет** | планировать и организовывать процесс реализации бизнес-проектов, оценивать предварительные и итоговые результаты; взаимодействовать с партнерами в процессе реализации проектов профессиональной (маркетинговой) деятельности | Самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет** | профессиональными качествами для реализации проектов в области профессиональной (маркетинговой) деятельности; методами и программными средствами контроля за выполнением проектного задания в командной и индивидуальной частях работ; навыками формирования отчета о выполнении проекта | Корректность выбора методов (инструментов) решения задачСамостоятельность решения поставленных задач |

**3 Перечень оценочных средств**

Таблица 3.1- Перечень оценочных средств (ОПК-4)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС\* |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания:  | основные понятия, цели, классификации информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в профессиональной (маркетинговой) деятельности | Тема 1-3 | Практическое задание | Собеседование по темам 1-3 (п.5.1) |
| Умения:  | использовать информационные технологии в профессиональной (маркетинговой) деятельности; решать исследовательские и аналитические задачи | Тема 1-3 | Практическое задание |
| Навыки: | методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований, документационного и информационного обеспечения профессиональной деятельности | Тема 1-3 | Практическое задание |

Таблица 3.2- Перечень оценочных средств (ПК-3)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС\* |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания:  | целей, принципов, функций, сфер применения, объектов, средств и методов маркетинга | Тема 1-3 | Практическое задание  | Собеседование по темам 1-3 (п.5.1) |
| Умения:  | выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга; разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций с рынком с целью воздействия на уровень, время и характер спроса; разрабатывать маркетинговые стратегии и программы по формированию и удовлетворению спроса, оценивать их эффективность | Тема 1-3 | Практическое задание |
| Навыки: | использования методов и средств выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; разработки маркетинговых стратегий и программ по формированию и удовлетворению спроса, оценки их эффективности | Тема 1-3 | Практическое задание |

Таблица 3.3- Перечень оценочных средств (ПК-13)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС\* |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания:  | особенности реализации проектов в различных областях профессиональной (маркетинговой) деятельности | Тема 1-3 | Практическое задание  | Собеседование по темам 1-3 (п.5.1) |
| Умения:  | планировать и организовывать процесс реализации бизнес-проектов, оценивать предварительные и итоговые результаты; взаимодействовать с партнерами в процессе реализации проектов профессиональной (маркетинговой) деятельности | Тема 1-3 | Практическое задание |
| Навыки: | владения профессиональными качествами для реализации проектов в области профессиональной (маркетинговой) деятельности; методами и программными средствами контроля за выполнением проектного задания в командной и индивидуальной частях работ; навыками формирования отчета о выполнении проекта | Тема 1-3 | Практическое задание |

**4 Описание процедуры оценивания**

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Таблица 4.1 – Распределение баллов по видам учебной деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной деятельности | Оценочное средство |
|  Практическое задание | Собеседование | Итого |
| Самостоятельная работа |  80 |  | 80 |
| Промежуточная аттестация |  | 20 | 20 |
| Итого | 80 | 20 | 100 |

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сумма балловпо дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика уровня освоения дисциплины |
| от 91 до 100 | «отлично»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой,свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |
| от 61 до 75 | «удовлетворительно»  | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не удовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5 Примерные оценочные средства**

**5.1 Список вопросов к устному собеседованию для сдачи ЗАЧЕТА**

1. Основные области профессиональной деятельности.
2. Виды профессиональных объединений.
3. Роль и цели создания, профессиональных объединений.
4. Специфика деятельности профессиональных объединений.
5. Ведущие профессиональных объединений в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы.
6. Виды профессиональных мероприятий.
7. Цели и специфика проведения профессиональных мероприятий.
8. Актуальные проблемы маркетинговой / рекламной деятельности предприятий.
9. Значимые периодические профессиональные мероприятия в сфере интернет-маркетинга / рекламы.
10. Ведущие компаний Российского Дальнего Востока в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы.

Краткие методические указания

 Во время собеседования студенты активно отвечают на вопросы, предварительно подготовившись по каждой теме.

Шкала оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Описание |
| 5 | 18–20 | выставляется бакалавру, если четко и правильно отвечал на все вопросы, давал развернутый и аргументированный ответ по каждому вопросу, показывая широту и глубину знаний, в ответах умело использовал нормативные и правовые документы |
| 4 | 12–17 | если правильно отвечал на большинство вопросов и подкреплял ответ знаниями нормативных и правовых документов |
| 3 | 6–11 | если хорошо отвечал на вопросы (не менее 40 %) , при ответах на некоторые использовал нормативные и правовые документы |
| 2 | 1–5 | если отвечал на вопросы (менее 10 %) |

**5.2 Практическое задание:**

**Подготовка аналитического отчета по дисциплине. Структура отчета:**

*Задание 1. Характеристика профессиональных объединений в маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы.* (20 баллов).

Выявление ведущих профессиональных объединений в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы. Определение значимых характеристик. Анализ деятельности профессиональных объединений в сфере профессиональной деятельности. Обобщение полученных результатов.

 *Задание 2. Характеристика ежегодных профессиональных мероприятий в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы.* (20 баллов).

Выявление перечня значимых периодических профессиональных мероприятий в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы. Определение характеристик для анализа. Анализ мероприятий в сфере профессиональной деятельности. Обобщение полученных результатов.

*Задание 3. Характеристика ведущих компаний Дальнего Востока в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы.* (40 баллов).

Содержание темы: Выявление ведущих компаний Российского Дальнего Востока в сфере маркетинга /интернет-маркетинга / рекламы. Краткая характеристика ведущих компаний: год и цель создания, миссия, виды деятельности, организационно-правовая форма, основные группы товаров/услуг; география рынка, основные этапы развития, стратегия, ключевые факторы успеха и т.д. Обобщение полученных результатов.

Общие требования к структуре, представлению и правилам оформления текстовой части аналитического отчета установлены СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефера­тов, контрольных работ, отчётов по практикам, лабораторным работам».

Результаты проверки задания определяются дифференцированным зачетом с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки аналитического отчета

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Описание |
| 5 | 71–80 | Студент показал прочные знания основного содержания темы. Работа отличается глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент продемонстрировал: владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, аргументировать, приводить примеры; логичность и последовательность изло­жения. Оформление работы соответствует требованиям СТО, принятому во ВГУЭС. |
| 4 | 56–70 | Студент показал прочные знания основного содержания темы. Работа отличается глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент продемонстрировал: владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, аргументировать, приводить примеры; логичность и последовательность изло­жения. Однако в работе допущены одна-две неточности. Оформление работы соответству­ет требованиям СТО, принятому во ВГУЭС. |
| 3 | 41–55 | Работа свидетельствует в основном о знании студентом содержания темы, отличается не­достаточной глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент продемонстрировал: знание основных вопросов теории; слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение приводить аргументы и примеры; недостаточные логичность и по­следовательность изложения. В работе допущены несколько ошибок. Оформление работы соответствует требованиям СТО, принятому во ВГУЭС. |
| 2 | 21–40 | Студент продемонстрировал: незнание содержания темы и основных вопросов теории; не­глубокое раскрытие темы; несформированность навыков аргументации, анализа явлений и процессов; отсутствие логичности и последовательности в изложении. Допущены серьёз­ные ошибки в работе. Оформление работы не соответствует требованиям СТО, принятому во ВГУЭС. |
| 1 | 0-20 | Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнялось. Оформление работы не соответствует требованиям СТО, принятому во ВГУЭС. |