

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 27.09.2021 13:17:38
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f04f01ba2172f735a12

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» 05 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Дисциплина	Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе
Направление подготовки	36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль)	Бизнес-менеджмент в животноводстве
Квалификация выпускника	Магистр
Нормативный срок обучения	2 года
Кафедра-разработчик	Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК
Ведущий преподаватель	Власова Ольга Викторовна, доцент

Разработчик(и): доцент, Власова О.В.


(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 различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
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.....	7
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы их формирования	12

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

В результате изучения дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22.09.2017 № 973, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Таблица 1

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе»

Компетенция		Индикаторы достижения компетенций	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (курс)	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование					
1	2	3	4	5	6	7
ПК-10	Способен оценивать привлекательность рынков сбыта, уровень конкурентоспособности продукции животноводства и предприятий агробизнеса, определять и использовать факторы их роста включая меры государственной поддержки	ПК-10.5 - Выявляет и оценивает новые рыночные возможности и разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяю	<p>знает: <i>новые рыночные возможности организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей</i></p> <p>умеет: <i>разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по</i></p>	2	лекции, практические занятия	устный опрос, письменный опрос

		щих потребности покупателей потребности покупателей	<p><i>организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей</i></p> <p>владеет: <i>навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей</i></p>			
ПК-11	Способен разрабатывать стратегические и текущие планы предприятия агробизнеса исходя из конкретных условий рынка, нормативно-правовых требований и критериев социально-	ПК-11.1 - Осуществляет прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта	<p>знает: <i>потребности рынка в животноводческой продукции</i></p> <p>умеет: <i>осуществлять прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов</i></p>	2	лекции, практические занятия	устный опрос, письменный опрос

	экономической, технологической и экологической эффективности		<i>сбыта</i>			
			Владеет: <i>навыками поиска каналов сбыта</i>			

Примечание:

Компетенция ПК-10 – также формируется в ходе освоения дисциплин:

Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе

Экономика животноводства

Финансовый менеджмент в агробизнесе

Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2

Государственное регулирование и поддержка АПК

Государственное регулирование АПК

Преддипломная практика

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Компетенция ПК-11 – также формируется в ходе освоения дисциплин:

Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе

Производственный менеджмент в животноводстве

Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1

Оценка бизнеса в животноводстве

Организация предпринимательской деятельности в животноводстве

Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2

Государственное регулирование и поддержка АПК

Государственное регулирование АПК

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

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

Перечень оценочных материалов

Таблица 2

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного средства в ОМ
1	письменный опрос	средство, направленное на изучение практического хода тех или иных процессов, исследование явления в рамках заданной темы с применением методов, освоенных на лекциях, сопоставление полученных результатов с теоретическими концепциями, осуществление интерпретации полученных результатов, оценивание применимости полученных результатов на практике	практические работы

2	устный опрос	средство, направленное на изучение теоретического материала, тех или иных процессов, исследование явления в рамках заданной темы с применением методов, освоенных на лекциях	устные ответы
---	--------------	--	---------------

Программа оценивания контролируемой дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1	Сущность и содержание стратегического маркетинга.	ПК-10, ПК-11	устный опрос
2	Стратегическое планирование маркетингового процесса на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.	ПК-11	письменный опрос
3	Сегментация рынка как стратегическая маркетинговая функция	ПК-11	устный опрос
4	Маркетинговые стратегии	ПК-11	письменный опрос
5	Маркетинговый план. Разработка бюджета маркетинга	ПК-11	устный опрос, письменный опрос
6	Организация управления маркетингом	ПК-11	устный опрос
7	Оценка и контроль в системе маркетинга	ПК-11	письменный опрос

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции, этапы освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетворительно)	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6
ПК-10, 2 курс	знает: новые рыночные возможности организации производства продукции животноводств	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей,	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала новые рыночные возможности

	<p>ва и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей</p>	<p>материале (новые рыночные возможности организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки</p>	<p>допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала</p>		<p>организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий</p>
	<p>умеет: разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих</p>	<p>не умеет определять круг задач в рамках разработки обоснованных организационно-управленческих решений направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени</p>	<p>в целом успешное, но не системное умение (разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по организации производства и сбыта на</p>	<p>в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение (разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по</p>	<p>сформированное умение (разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения направленные на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на</p>

	<p>потребности покупателей</p>	<p>удовлетворяющих потребности покупателей, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено</p>	<p>рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей)</p>	<p>животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей)</p>	<p>наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей)</p>
	<p>владеет навыками: разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей</p>	<p>обучающийся не владеет разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, допускает существенные ошибки, с</p>	<p>в целом успешное, но не системное владение навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся</p>	<p>в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающаяся отдельными ошибками владение навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих</p>	<p>успешное и системное владение навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений, направленных на решение задач предприятия по организации производства продукции животноводства и сбыта на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности покупателей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и</p>

		большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено	ресурсов и ограничений	потребности покупателей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ограничений
ПК-11, 2 курс	знает: потребности рынка в животноводческой продукции	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (потребности рынка в животноводческой продукции), 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 (потребности рынка в животноводческой продукции), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видеоизменении заданий
	умеет: осуществлять прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта	не умеет определять круг задач в рамках осуществления прогнозов потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими	в целом успешное, но не системное умение (осуществлять прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта)	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение (осуществлять прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта)	сформированное умение (осуществлять прогноз потребности рынка в животноводческой продукции и поиск каналов сбыта)

		затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено			
	владеет навыками: навыками поиска каналов сбыта	обучающийся не владеет навыками поиска каналов сбыта исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено	в целом успешное, но не системное владение навыками поиска каналов сбыта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающаяся отдельными ошибками владение навыками поиска каналов сбыта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	успешное и системное владение навыками поиска каналов сбыта ей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

Цель проведения входного контроля: оценка остаточных знаний, полученных обучающимся при изучении предыдущих дисциплин. Для успешного прохождения входного контроля обучающийся должен продемонстрировать знания по основным понятиям экономики и управления, стратегического и производственного менеджмента в АПК.

Примерный перечень вопросов

1. Агропромышленный комплекс: понятие, состав.
2. Показатели обеспеченности производственными основными средствами.
3. Показатели эффективности использования основных

производственных фондов.

4. Понятие себестоимости продукции.
5. Виды себестоимости. Классификация затрат.
6. Факторы снижения себестоимости.
7. Показатели производительности труда, пути ее повышения.
8. Понятия и показатели рентабельности.
9. Факторы и резервы повышения уровня рентабельности.
10. Цена, понятие и функции.
11. Методы ценообразования, используемые на практике.
12. Деньги, их функции.
13. Бюджет: расходы и доходы.
14. Чистая конкуренция, ее признаки.

3.2. Письменный опрос

Письменный опрос проходит в результате проведения практических работ с решением ситуационных задач.

Целью расчета ситуационных задач является проверка знаний обучающихся в ходе проведения практических занятий. Тематика ситуационных задач устанавливается в соответствии с изученной темой

Пример ситуационных задач по теме «Стратегический маркетинг»

Задание 1. Решите практическую задачу

Фирма известна как изготовитель высококачественной кожи, замши, верхней мужской одежды из овчины. Штат компании состоит примерно из 60 наемных работников и трех директоров. Помещение, в котором расположена фирма, довольно старое, арендуемое ею со дня основания. Рабочая сила гибкая, а среди директоров лишь управляющий директор занимает активную позицию в бизнесе. Текущий ассортимент состоит из курток и пальто, который насчитывает 22 разновидности по стилю. Производительность компании 400-500 изделий в неделю. Можно было бы использовать дополнительные помещения, машинистов и станки, чтобы повысить производительность до 1000 изделий в неделю.

Емкость рынка этих товаров оценивалась в 1,5 млн. ден. ед. Однако рынок заметно сократился под влиянием инфляции, малые предприятия вообще прекратили торговлю. Производственная перепись показала, что 25% выпуска продукции приходится на шесть фирм с числом работающих 1200 чел. 20% всего промышленного производства приходится на 1000 небольших компаний (до 100 работающих). На независимые магазины мужской одежды приходится 23% продаж курток и 30% - пальто. Многочисленные портные занимают соответственно 15 и 22% рынка, а фирменные магазины, как правило, - 12 и 13% соответственно.

Сбыт компании традиционно осуществлялся через агентов, которые год от года менялись. Однако производство фирмы перешло в значительной мере под опеку другой компании, которая имеет розничную сеть магазинов во многих странах Европы. В 2020 г. на эту фирму приходилось 93% оптовых продаж. К этому времени у фирмы оставалось лишь одно агентское соглашение. Но в 2021 г.

вследствие неблагоприятной ситуации на рынке значительно сократила количество контрактов (до 25% по сравнению с предыдущим годом). Руководство фирмы вынуждено было принять решение о переходе на два рабочих дня в неделю. Деловые отношения с осложнились, и хотя несколько возросло число контрактов с ней, фирма имела всего 10% чистого дохода. Директор подозревает, что одна фирма использует другую как заменяющего поставщика дешевой одежды из Кореи и Тайваня. К тому же в торговле ходят слухи, что некоторые покупатели возвращают кожаные изделия этих изготовителей с жалобами на низкое качество пошива и окраски.

В 2021 г. между фирмами было подписано соглашение о продаже одежды через сеть ее магазинов в Бельгии, ФРГ и Франции. Вначале заказы возросли до значительного уровня, но постепенно они сокращались и неожиданно прекратились без каких-либо объяснений. В 2021 г. фирма предприняла попытку экспорта продукции через европейского агента в Швецию и Норвегию, но потерпела неудачу. С 2021 г. торгует таким количеством товара, которое ведет к ее разорению. Задолженность фирмы банку достигла 50000 ден. ед., размеры кредитов со стороны поставщиков уменьшаются.

Служащие банка попросили о встрече с директором для обсуждения ситуации с задолженностью и дальнейших перспектив развития компании, а также пересмотра аренды недвижимости на новый срок. Директор в отчаянии позвонил в консалтинговую маркетинговую службу и попросил совета.

Вопросы и задания.

Поставьте себя на место консультанта по маркетингу и подготовьте доклад для директора, в котором:

Приведите анализ факторов внешней среды, влияющих на бизнес фирмы.

Выявите и обоснуйте основные маркетинговые цели как стратегического (на 5 лет), так и тактического характера.

Порекомендуйте возможные пути по увеличению объемов продаж в ближайшее время в рамках существующего производства компании и финансовых ограничений.

Дайте оценку этих предложений с позиции директора.

3.3. Рубежный контроль

Основной целью рубежного контроля является оценка полученных обучающимся знаний, при изучении дисциплины. Для успешного прохождения рубежного контроля обучающийся должен продемонстрировать базовые знания по основным темам дисциплины.

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Эволюция корпоративного планирования.
2. Цель, основные задачи, принципы планирования.
3. Определение миссии предприятия.
4. Понятие цели. Дерево целей.

5. Понятие стратегии.
6. Обратная связь и контроль в стратегическом планировании.
7. Стратегии интенсивного роста.
8. Стратегии диверсифицированного роста.
9. Стратегии интегрированного роста.
10. Стратегии консолидации.
11. Роль и место стратегического маркетинга в стратегическом управлении.
12. Современные черты стратегического маркетинга.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Применение матрицы General Electric.
2. Характеристика модели Shell DPM.
3. Матрица ADL.
4. PIMS – анализ влияния рыночных стратегий.
5. Стратегические решения в товарной политике.
6. Стратегические решения в ценовой политике.
7. Стратегические решения в политике распределения.
8. Стратегические решения в коммуникационной политике.
9. Организация стратегического маркетинга и контроля маркетинговой деятельности.
10. Процесс стратегического контроллинга.
11. Особенности проведения маркетинг - аудита.
12. Взаимосвязь и отличие стратегического контроля и контроллинга.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Взаимосвязь и различие стратегического и операционного маркетинга.
2. Особенности анализа маркетинговой среды.
3. Прогнозирование рыночного спроса.
4. Составление профиля среды. SWOT- анализ.
5. Методы сегментирования рынка.
6. Процесс макросегментирования.
7. Процесс микросегментирования.
8. Понятие позиционирования фирмы, товара на рынке.
9. Понятие «конкуренция», типы конкурентов.
10. Конкурентное преимущество.
11. Характеристика пяти конкурентных сил.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Понятие бенчмаркинга.
2. Типы соответствия товара рынку.
3. Понятие и принципы маркетинговых войн.
4. Классификация конкурентов в зависимости от положения на рынке.

5. Характеристика матрицы БКГ.

3.4. Промежуточная аттестация

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Целью проведения промежуточной аттестации - экзамена - является комплексная и объективная оценка качества усвоения обучающимися теоретических знаний, умения систематизировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровня сформированности компетенций при освоении дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе».

В экзаменационном билете имеются практические (расчетные) задания.

Вопросы, выносимые на экзамен

1. Эволюция корпоративного планирования.
2. Цель, основные задачи, принципы планирования.
3. Определение миссии предприятия.
4. Понятие цели. Дерево целей.
5. Понятие стратегии.
6. Обратная связь и контроль в стратегическом планировании.
7. Стратегии интенсивного роста.
8. Стратегии диверсифицированного роста.
9. Стратегии интегрированного роста.
10. Стратегии консолидации.
11. Роль и место стратегического маркетинга в стратегическом управлении.
12. Современные черты стратегического маркетинга.
13. Взаимосвязь и различие стратегического и операционного маркетинга.
14. Особенности анализа маркетинговой среды.
15. Прогнозирование рыночного спроса.
16. Составление профиля среды. SWOT- анализ.
17. Методы сегментирования рынка.
18. Процесс макросегментирования.
19. Процесс микросегментирования.
20. Понятие позиционирования фирмы, товара на рынке.
21. Понятие «конкуренция», типы конкурентов.
22. Конкурентное преимущество.
23. Характеристика пяти конкурентных сил.
24. Взаимосвязь и различие стратегического и операционного маркетинга.
25. Особенности анализа маркетинговой среды.
26. Прогнозирование рыночного спроса.
27. Составление профиля среды. SWOT- анализ.
28. Методы сегментирования рынка.
29. Процесс макросегментирования.

30. Процесс микросегментирования.
31. Понятие позиционирования фирмы, товара на рынке.
32. Понятие «конкуренция», типы конкурентов.
33. Конкурентное преимущество.
34. Характеристика пяти конкурентных сил.
35. Понятие бенчмаркинга.
36. Типы соответствия товара рынку.
37. Понятие и принципы маркетинговых войн.
38. Классификация конкурентов в зависимости от положения на рынке.
39. Характеристика матрицы БКГ.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова**

Кафедра: «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

По дисциплине – Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе

1. Понятие цели. Дерево целей.
2. Составление профиля среды. SWOT- анализ

3. Задача. Предприятие «Герц» с целью реализации стратегического плана интегрированного роста намерено приобрести сельскохозяйственное оборудование. На искомое оборудование дается заводская гарантия. Маркетинговый анализ рынка свидетельствует, что данное сельскохозяйственное оборудование выпускается тремя заводами-изготовителями. Причем шансы получить прибор завода № 1 равны 0,6; завода № 2 – 0,3; а завода № 3 – 0,2. С какого завода попадут приборы неизвестно. Вероятность того, что сельскохозяйственное оборудование проработает без остановки весь гарантийный срок для каждого завода различная. На заводе № 1 это 0,9; на заводе № 2 – 0,8; а на заводе № 3 – 0,87. Какая вероятность, что приобретенное оборудование не придется отправлять в сервисный центр? При расчетах использовать формулу полной вероятности.

Дата

Зав. кафедрой проектного менеджмента и
внешнеэкономической деятельности в АПК

Воротников И.Л.

**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 обучающихся, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Стратегический и операционный маркетинг в агробизнесе» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы.

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля, порядок начисления баллов и фонды контрольных заданий 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 6.

Таблица 6

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)	Описание
<i>высокий</i>	«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
<i>базовый</i>	«хорошо»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
<i>пороговый</i>	«удовлетворительно»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением 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»	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 текущем контроле и промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

знания: технологии построения стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе;

умения: разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе;

владение навыками: разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе.

Критерии оценки

отлично	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала (технологии построения стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; - умение (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), используя современные методы и показатели такой оценки; - успешное и системное владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
хорошо	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала, не допускает существенных неточностей; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, умение (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), используя современные методы и показатели такой оценки; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
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 (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе); - в целом успешное, но не системное владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
неудовлетворительно	<p>обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (технологии построения стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет использовать методы и приемы (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено; - обучающийся не владеет навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено

4.2.2. Критерии оценки письменного ответа

При выполнении письменного ответа обучающийся демонстрирует:

знания: технологии построения стратегических и текущих планов

маркетинга в агробизнесе;

умения: разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе;

владение навыками: разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе.

Критерии оценки

отлично	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- знание материала (технологии построения стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий;- умение (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), используя современные методы и показатели такой оценки;- успешное и системное владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
хорошо	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- знание материала, не допускает существенных неточностей;- в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), используя современные методы и показатели такой оценки;- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует: <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 (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе);- в целом успешное, но не системное владение навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе)
неудовлетворительно	обучающийся: <ul style="list-style-type: none">- не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (технологии построения стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки;- не умеет использовать методы и приемы (разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинга в агробизнесе), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство

	<p>заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено;</p> <ul style="list-style-type: none">- обучающийся не владеет навыками оценки данных / результатов / документов / сведений / информации (разработки стратегических и текущих планов маркетинга в агробизнесе), допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено
--	---

Разработчики: доцент Власова О.В.



(подпись)