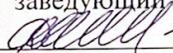


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

Кафедра стратегического маркетинга и территориально-отраслевого развития

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой
 Н.Ю. Донец
26 мая 2020 г.

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ КИНОЛОГИИ»
(приложение к рабочей программе)

Направление подготовки бакалавра
06.03.01- Биология

Тип образовательной программы
Прикладной бакалавриат

Направленность (профиль) образовательной программы - Кинология

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Санкт-Петербург
2020

Автор

Ст.
преподаватель



(подпись)

Туднэков П. В. 2

(Фамилия И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	5
2	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	7
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	16
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	25

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг в области кинологии» направлен на формирование следующих компетенций, отраженных в карте компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы*	Виды занятий для формирования компетенции**	Оценочные средства для проверки формирования компетенции***
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию.	<p>знать: свои организаторские возможности; знать, как развивать их, как принимать управленческие решения</p> <p>уметь: □ развивать свои способности и талант организации управленческих решений</p> <p>владеть: □ : навыками эффективно исполнять управленческие решения в условиях различных мнений.</p>	Очная форма 7 семестр	Занятия лекционного типа. Занятия семинарского типа. Самостоятельная работа студента	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос.

ПК-4	Способность применять современные методы обработки, анализа и синтеза полевой, производственной и лабораторной биологической информации, правила составления научно-технических проектов и отчетов.	<p>знать: методы статистического исследования; методологические основы построения, расчета и анализа современной системы статистических показателей;</p> <p>уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; осуществлять поиск необходимых данных по полученному заданию, используя отечественные и зарубежные источники информации; осуществлять выбор инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о состоянии и развитии социально-экономических явлений и процессов; представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;</p> <p>владеть: методологией статистического исследования; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; владеть навыками интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и рекомендаций.</p>	Очная форма 7 семестр	Занятия лекционного типа. Занятия семинарского типа. Самостоятельная работа студента	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос.
------	---	---	--------------------------	--	--

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

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций

Компетенция	Этап формирования компетенции	Показатели и критерии оценивания				Оценочные средства для проверки формирования компетенции***		
		отсутствие усвоения (ниже порогового)	неполное усвоение (пороговое)	хорошее усвоение (углубленное)	отличное усвоение		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
					(продвинутое)	(креативное)		
ПК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности								
знания	7	Пробелы в знаниях основного программного материала о современных методах экспериментальных работ с биологическими объектами,	Неполное знание программного материала о современных методах работы с биологическими объектами, основными методами работы с биологическими объектами, принципами составления	Полное знание программного материала о современных экспериментальных методах работы с биологическими объектами, основными принципами составления методик для научных исследований, возможности использования в исследовательской работе современной аппаратуры.	Всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, усвоение основной литературы и знакомство с дополнительной литературой о современных экспериментальных методах работы с биологическими объектами, основными принципами			

	основными принципами составления методик для научных исследований, возможности использования в исследовательской работе современной аппаратуры.	методик для научных исследований, возможности использования в исследовательской работе современной аппаратуры.		составления методик для научных исследований, возможности использования в исследовательской работе современной аппаратуры.			
--	---	--	--	--	--	--	--

знать	7	<p><i>ОК-7</i> <i>способность к самоорганизации и самообразованию.</i></p> <p>Не знает своих основных организаторских возможностей ей, не знает, как развивать их, не знает, как управлять подразделениями предприятия . допускает существенные ошибки в их формулировках, не помогают наводящие вопросы Студент нуждается в дополнительных занятиях.</p>	<p>Знает свои основные организаторские возможности, понимает, как развивать их, Знает основы управления подразделениями предприятия. допускает не существенные ошибки в их формулировках</p>	<p>Имеет полные знания своих организаторских возможностей, понимает, как развивать их, Знает, как управления подразделениями предприятия. не допускает ошибок логичен и последователен в изложении</p>	<p>Способен выбрать из своих организаторских возможностей, наиболее эффективный знает, как развивать их, Знает, как эффективно управлять подразделениями предприятия.</p>	<p>способен обосновать применение своих новых организаторских возможностей, знает, как развивать их. Может обосновать их применить в управлении подразделениями предприятия.</p>	<p>Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос</p>	зачет
-------	---	---	--	--	---	--	--	-------

уметь	7	Не умеет развивать свои основные способности в организации управленческих решений. допускает существенные ошибки в их исполнении. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Умеет применять свои основные способности в организации управленческих решений. допускает не существенные ошибки в их исполнении	Умеет применять все свои способности в организации управленческих решений. Не допускает ошибки в их исполнении	Умеет применять свои наилучшие способности в организации управленческих решений. Использует их эффективно	Умеет применять свои новые способности в организации управленческих решений. Использует их правильно.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос	зачет
владеть	7	Не владеет основными навыками в принятии управленческих решений. допускает существенные ошибки в их исполнении. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Владеет основными навыками в принятии управленческих решений. Не допускает существенных ошибок в их исполнении.	Владеет всеми необходимыми навыками в принятии управленческих решений. Не допускает ошибок в их исполнении.	Владеет эффективными навыками в принятии управленческих решений. Владеет ими свободно.	Владеет новыми навыками в принятии управленческих решений. Владеет ими их грамотно.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос	зачет

		<p><i>ПК-4</i> – способность применять современные методы обработки, анализа и синтеза полевой, производственной и лабораторной биологической информации, правила составления научно-технических проектов и отчетов</p>							
	7	знать	5	<p>не знает принцип действия и возможности использования современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ по исследованию физиологического состояния и здоровья собак в зависимости от их возраста, условий содержания и кормления, уровня нагрузки на организм</p>	<p>знает принцип действия и возможности использования современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ по исследованию физиологического состояния и здоровья собак в зависимости от их возраста, условий содержания и кормления, уровня нагрузки на организм частично</p>	<p>знание принцип действия и возможности использования современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ по исследованию физиологического состояния и здоровья собак в зависимости от их возраста, условий содержания и кормления, уровня нагрузки на организм</p>	<p>всестороннее, систематическое и глубокое знание принципов действия и возможности использования современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ по исследованию физиологического состояния и здоровья собак в зависимости от их возраста, условий содержания и кормления, уровня нагрузки на организм</p>	<p>себе седе вани е</p>	<p>зачёт</p>

	7	уметь	5	не умеет использовать современную научную аппаратуру и оборудование для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ и анализировать полученные результаты	при использовании современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ и анализе полученных результатов допускает существенные ошибки	умеет использовать современную научную аппаратуру и оборудование для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ и анализировать полученные результаты, допускает ошибки	умеет использовать современную научную аппаратуру и оборудование для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ и анализировать полученные результаты не допуская ошибок	себе седо вани е	зачёт
	7	владеть	5	не владеет навыками работы и методиками исследований при использовании современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ	владеет навыками работы и методиками исследований при использовании современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ частично	владеет навыками работы и методиками исследований при использовании современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ, допускает незначительные ошибки	уверенно владеет навыками работы и методиками исследований при использовании современной научной аппаратуры и оборудования для выполнения научно-исследовательских и лабораторных работ, не допускает ошибок	себе седо вани е	зачёт

2.2 Шкала оценивания компетенций

Оценка знания компетенции

оценка **«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»** (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не освоил суть знания компетенции, т.е. не может сформулировать основные понятия, допускает существенные ошибки, не помогают наводящие вопросы. В таких случаях, студент не освоил суть знания компетенции и нуждается в дополнительных занятиях.

оценку **«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»** (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он освоил суть знания компетенции, т.е. может сформулировать основные понятия и их взаимосвязь, но не усвоил полноту знания компетенции, допускает не существенные ошибки в формулировках, не достаточно логичен в изложении, иногда нуждается в наводящих вопросах;

оценку **«ХОРОШО»** (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он имеет полные знания компетенции, усвоил его детали, правильно формулирует свои мысли, логичен и последователен в изложении;

оценку **«ОТЛИЧНО»**

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он способен анализировать полные знания компетенции, т.е. имея полные знания, правильно формулирует и излагает свои мысли, результатом анализа является выбор правильных (эффективных) решений.

(*креативный уровень знания*) студент получает, если он способен предлагать новые знания компетенции, т.е. имея полные знания, находит проблемы, формулирует новые решения понятно и логично.

Оценка умения компетенции

оценка **«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»** (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не освоил основных умений компетенции, т.е. не умеет выполнять основные умения, допускает существенные ошибки в их исполнении, не помогают наводящая помощь. В таких случаях, студент не освоил основные умения компетенции и нуждается в дополнительных упражнениях.

оценку **«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»** (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он освоил основных умений компетенции, т.е. умеет выполнить основные умения, но не усвоил все умения компетенции, допускает не существенные ошибки в исполнении, не достаточно умел, иногда нуждается в наводящий помощи;

оценку **«ХОРОШО»** (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он имеет все необходимые умения компетенции, овладел всеми нюансами в исполнении, все правильно исполняет;

оценку **«ОТЛИЧНО»**

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он способен выбирать правильные (эффективные) умения компетенции, т.е. имея все умения компетенции, правильно (эффективно) применяет выбранное умение.

(*креативный уровень знания*) студент получает, если он способен предлагать новые умения компетенции, т.е. имея все умения компетенции, находит проблемы в их использовании, умело демонстрирую новое умение.

Оценка владения компетенции

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не овладел основными навыками компетенции, т.е. не владеет основными навыками, допускает существенные ошибки в их демонстрации, не помогают ориентирующие указания. В таких случаях, студент не освоил **основными навыками** компетенции и нуждается в дополнительных занятиях.

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он овладел основными навыками компетенции, т.е. владеет основными навыками, не допускает существенных ошибок в их демонстрации, иногда нуждается в ориентирующим указания.

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он овладел всеми необходимыми навыками компетенции, т.е. владея всеми навыками, выполняет их уверенно не допускает ошибок.

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он способен выбирать навыки компетенции, т.е. владея всеми навыками компетенции свободно и уверенно выбрать наиболее правильный (эффективный), свободный навык.

(*креативный уровень знания*) студент получает, если он способен демонстрировать новые навыки компетенции, т.е. владея всеми навыками предложить новый навык убедительно его исполнив.

Интегральная оценка компетенций

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не набрал 60 баллов

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он набрал от 60-79 баллов

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он набрал 80 -99 баллов

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он набрал 100 – 119 баллов.

(*креативный уровень знания*) студент получает, если он набрал 120 и более баллов.

Оценочное средство

Устный опрос

(наименование оценочного средства)

Шкала оценивания:

оценку «**ОТЛИЧНО**» студент получает за:

продвинутый уровень знания, если он способен анализировать полные знания программного материала, т.е. имеет полные знания, правильно формулирует и излагает свои мысли, результатом анализа является выбор правильных (эффективных) решений.

креативный уровень знания, если он способен предлагать новые знания программного материала, т.е. имея полные знания, находит проблемы, формулирует новые решения понятно и логично.

- оценку «**ХОРОШО**» студент получает за **углубленный уровень знания**, если он имеет полные знания программного материала, усвоил его детали, правильно формулирует свои мысли, логичен и последователен в изложении;

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» студент получает за **пороговый уровень знания**, если он освоил суть знания программного материала, т.е. может сформулировать основные понятия и их взаимосвязь, но не усвоил полностью программного материала, допускает не существенные ошибки в формулировках, не достаточно логичен в изложении, иногда нуждается в наводящих вопросах;

- оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» студент получает за **ниже пороговый уровень знания**, если он не освоил суть знания программного материала, т.е. не может сформулировать основные понятия, допускает существенные ошибки, не помогают наводящие вопросы. В таких случаях, студент не освоил дисциплину и нуждается в дополнительных занятиях.

Оценочное средство

Тест

(наименование оценочного средства)

Шкала оценивания:

Оценка «**отлично**» – правильный ответ на 10 вопросов.

Оценка «**хорошо**» - 8, 9 правильных ответов (допускается 2 ошибки).

Оценка «**удовлетворительно**» – 6-7 правильных ответа (допускается 3-4 ошибки).

Оценка «**неудовлетворительно**» - 5 и менее правильных ответов (более 4-х ошибок).

Количество баллов за самостоятельную работу

№ п\п	Наименование	Оценка (баллы)
1.	Доклад студента на конференции	10-15
2.	Доклад специалиста, организованный студентом.	10
3.	Выступление студента на лекции (пр. занятиях) с докладом	5
4.	Реферат по одному источнику от 5 страниц.	3
5.	Реферат по трём источникам от 10 страниц.	5
6	Реферат на основе документов.	7

Требования к реферату

3 уровень знания

Суть вопроса (одна концепция):

Определение + краткое содержание вопроса

Один автор, одна концепция, один источник.

4 уровень знания

Полное содержание вопроса:

Определение + полное содержание вопроса

Один автор, одна концепция, **несколько** (2-3) источников.

5 уровень знания

Выбор концепции вопроса:

Определение + полное содержание вопроса + выбор концепции

Один автор, несколько (2-3) концепций, несколько (2-3) источников.

6 уровень знания

Новая суть вопроса:

Новое (свое) Определение + обоснование

Один автор, Одна авторская (новая) концепция, несколько (2-3) источников.

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

Все оценочные средства объединены в комплекс оценочных средств по дисциплине «Маркетинг в области кинологии»

Комплекс оценочных средств включает в себя:

А) оценочные средства знаний компетенций:

Тесты (Контрольные опросы на лекции по пройденным модулям)

Рефераты

Доклады

Устный опрос

Б) оценочные средства умений и навыков:

Деловые игры

Ситуационные задачи

Учебные, производственные и преддипломные практики

А) оценочные средства знаний компетенций
Контрольный опрос №1
Модуль №1 «Комплекс маркетинга»

(Группа)

(Ф.И.О)

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X

Оценка

<p>I. По Котлеру товар имеет: Один уровень Два уровня Три уровня Четыре уровня</p> <p>II. Страховка является составной частью товара: Натурально – вещественной стороной Экономической стороной Как экономической, так и натурально – вещественной.</p> <p>III. Товарным знаком является зарегистрированное в установленном: Только Марочное название Только Марочный знак Как марочное название так и марочный знак.</p> <p>IV. На лекциях говорилось, что ценой государство контролирует: 1. власть сильного 2. справедливость в обществе. 3. и то и другое.</p> <p>V. Серый рынок образуется, когда дистрибьюторы закупают товара больше, с целью 1. «лишний товар» продавать по спекулятивным ценам. 2. «лишний товар» продать в другой стране, где он стоит дороже. 3. «лишний товар» продать в другой стране по спекулятивным ценам. 4. «лишний товар» подарить нуждающимся.</p>	<p>VI. Демпинг это: 1. продажа товаров по цене ниже себестоимости 2. по более низкой цене, чем на внутреннем рынке 3. продажа товаров по цене ниже себестоимости, или по более низкой цене, чем на внутреннем рынке</p> <p>VII. Маркетинговые коммуникации направлены на: снижение издержек обращения; убеждение зарубежного потребителя отдать предпочтение товару вашей фирмы; предотвращение появления на зарубежном рынке некачественного товара. Налаживания с международными поставщиками сырья</p> <p>VIII. Начинают товар свой жизненный цикл на мировом рынке: С развитых стран, а заканчивают в развивающихся С развивающихся стран, а заканчивают в развитых Без разницы.</p> <p>IX. ЖЦТ на рынках промышленно развитых стран чем на рынке развивающихся стран: существенно короче значительно длиннее приблизительно одинаков.</p> <p>X. Паблик рилейшнз является инструментом: товарной политики сбытовой политики коммуникационной политики ценовой политики</p> <p>Резерв: Цели международной выставки: торгово-экономическая помощь слаборазвитым странам; информирование зарубежных потребителей о новой продукции+ повышение надежности товарного обеспечения зарубежных потребителей; установления коммерческо-хозяйственных связей</p>
--	---

Темы рефератов, докладов и устный опрос
по дисциплине «Маркетинг в области кинологии»

№ п/п	Вопрос	ФИО
	1	2
	Социально-экономическая сущность маркетинга в современной рыночной экономике.	
	Основные понятия «Маркетинга»: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка (обмен-сделка на 4-5 ур. знания).	
	Маркетинг в АПК.	
	Управление маркетингом. Концепции маркетинга и их содержание.	
	Процесс управления маркетинговой деятельностью.	
	Анализ рыночных возможностей.	
	Отбор целевых рынков.	
	Разработка комплекса маркетинга.	
	Организация маркетинговой деятельности.	
	Характеристика покупателя. Модель поведения покупателя на потребительском рынке.	
	Процесс принятия решения о покупке Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.	
	Рынок организаций и товаров промышленного назначения.	
	Рынок государственных учреждений и промежуточных продавцов.	
	Современные тенденции в сборе маркетинговой информации. Основные требования к маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система.	
	Источники маркетинговой информации. Этапы проведения маркетинговых исследований.	
	Сегментирование рынка Сегмент рынка Рыночная ниша Рыночное окно	
	Сегментирование потребительских рынков Сегментирование рынка товаров промышленного назначения.	
	Выбор целевых сегментов рынка.	
	Позиционирование товара на рынке.	
	Маркетинговые инструменты товарной политики. Характеристики и модели товара. Жизненный цикл товара. Ассортимент и номенклатура товара.	
	Этапы жизненного цикла товара, их характеристика. Виды жизненного цикла товаров.	
	Развернутый ЖЦТ. Формирования ЖЦТ на мировом рынке.	
	Задачи товарной политики. Управление конкурентоспособностью товара. Управление жизненным	

циклом товара. Управление ассортиментом товара.	
Механизм ценообразования. Структура цены. Цена товара в оптовой и розничной торговле.	
Виды цен и особенности их применения. Взаимодействие основных видов цен.	
Разработка ценовой политики фирмы. Постановка целей ценообразования.	
Внутренние и внешние факторы ценообразования.	
Выбор метода ценообразования и установление базовой цены.	
Ценовая стратегия и тактика фирмы.	
Инструменты сбытовой политики. Уровни канала распределения.	
Характер отношений между участниками канала распределения. Координирующие сбытовые структуры.	
Товародвижение.	
Оптовая и розничная торговля.	
Задачи сбытовой политики и пути их решения.	
Формирование сбытового канала Оценка альтернативных вариантов и выбор канала распределения.	
Формулирование стратегии канала сбыта. Мотивирование участников сбытового канала.	
Формирование решений по товародвижению.	
Маркетинговые инструменты, воздействующие на внешнюю среду в рамках коммуникационной политики.	
Реклама .Каналы распространения рекламной информации.	
Стимулирование сбыта.	
Маркетинговые инструменты, воздействующие на внешнюю среду в рамках коммуникационной политики.	
Стратегическое планирование.	
Хозяйственный портфель. Стратегия роста.	
Концепция стратегических хозяйственных подразделений.	
Управление хозяйственным портфелем на основе концепции ЖЦТ.	
Стратегическое управление маркетингом.	

Б) оценочные средства умений и навыков:

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА
Кафедра «Маркетинг в АПК»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению ЗАДАНИЯ №1
“РЫНОК”
(пассивные методы: **рефераты** 3 – 7 баллов;
активный метод: **доклады** 10 баллов;
интерактивный метод: **деловая игра** 15 баллов)
направление подготовки 06.03.01 Биология
квалификации бакалавра

Авторы-составители:
д.э.н. профессор **Москалев М. В.**,
к.э.н. доцент **Шлыгин С.П.**

С – Петербург
2017

Настоящие «МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ» предназначены для студентов, изучающие курс «МЕРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ КИНОЛОГИИ» по модульно-рейтинговой системе обучения с применением инновационных методов обучения.

Прежде всего, инновация задания №1 «РЫНОК» заключается в возможность студента выбрать как тему задания №1, так и её сложность.

Темы задания №1 представлены в таблице №1

Таблица №1

Примерные темы к выполнению задания №1

Темы	ФИО
Маркетинг и его сущность.	
Маркетинг в АПК.	
Борьба за ограниченные ресурсы	
Анализ рыночных возможностей.	
Рынок: сущность, функции, структура. Достоинство и недостатки рыночной экономики.	
Рынок, виды рынков.	
Конъюнктура сельскохозяйственного рынка.	
Мировой рынок сельскохозяйственной продукции.	
Формы и масштабы международных экономических связей в агропромышленной сфере.	
Психологический портрет предпринимателя.	
Национальная характеристика предпринимателя.	
Происхождение и история предпринимательства.	
Роль предпринимательства в развитии экономики.	
Разница между менеджером и предпринимателем.	
Риск в предпринимательстве.	

Примечание: Темы задания №1 и сроки их выполнения необходимо согласовать со спикером.

Литература:

Маркетинг: основной курс, практикум и наглядные пособия: учеб. пособие для вузов / С.В. Москалев, Н.П. Ильин, Т.Г. Виноградова, С.П. Шлыгин; под ред. М.В. Москалева. – СПб. : Проспект науки, 2009. – 215 с. (101экз. в б-ке)

Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.] ; общ. ред. Н.В. Шульпиной. - 2-е европ. изд. - М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2007. - 943 с. (43 экз. б-ке)

Завьялов В.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Учебное пособие Инфра-М 2012
И др. литература.

От выбранного метода зависит как организация занятий, так и сложность задания, а значит количество баллов.

В настоящих методических указаниях предложена три метода выполнения:

I. Пассивные методы: рефераты (3-7 баллов)

II. Активный метод: доклады (10 баллов)

III. Интерактивный метод: деловая игра «Пресс-конференция» (15 баллов)

I. Пассивные методы: рефераты (3-7 баллов)

Целями написания реферата являются:

проверка и закрепление теоретических знаний пройденного модуля;

умения писать рефераты.

Количество баллов, зависят от сложности реферата (см. таблицу 2).

Таблица 2

Количество баллов за реферат

№ п\п	Наименование реферата	Оценка (баллы)
1.	Реферат по одному источнику от 5 страниц.	до 3
2	Реферат по трём источникам от 10 страниц.	до 5
3	Реферат на основе документов.	до 7

Примечание: Темы рефератов и сроки их выполнения необходимо согласовать со спикером.

II. Активный метод: доклады (10 баллов)

Целями докладов являются:

проверка и закрепление теоретических знаний пройденного модуля;

умения делать доклады на научных конференциях и производственных совещаниях.

Спикер оценивает студентов, выступающих с докладом по следующим критериям:

Критерии оценки выступления:

№ п/п	Критерии оценки	Оценка.	
		Номинальная (баллы)	Фактическая (баллы)
I	Презентационная часть		
	1) Форма выступления: Представиться (0,5) Тема (0,5) Выступление (3): Анонс (с четко обозначенной целью) Изложение Резюме	4	
	2) Содержание выступления: Выразительность (3) Логично (1) Понятно (2) Достигнута поставленная цель (1)	6	
	ИТОГО за выступления и ответы на вопросы	10	

III. Интерактивный метод: деловая игра «Пресс-конференция» (15 баллов)

Целями пресс-конференции являются:

- проверка и закрепление теоретических знаний пройденного модуля;
- разбор и освоения понимания целей основных групп пресс-конференции;
- отработка навыков организации пресс-конференции;
- умения делать выступления и задавать вопросы на пресс-конференции.

Организация пресс-конференции

Спикер делит группу пополам:

первая часть группы студентов выступает и отвечает на вопросы, вторая часть студентов, выступающих в качестве представителей СМИ, слушают выступления и задают вопросы.

Спикер выдает задания первой части группы (темы выступления), вторую часть студентов, как журналистов, оповещает о пресс-конференции в пресс-релизе.

В начале пресс-конференции спикер определяет регламент выступления студентов;

Оценка выступления студентов на пресс-конференции имеет трехступенчатый характер:

первую оценку «Зачтено» – «Незачтено» ставит аудитория;

вторую оценку в баллах ставит спикер (см. таблицу 1 и таблицу 3)

третью оценку в баллах ставит преподаватель (см. таблицу 3).

Студенты из числа задающих вопросы на пресс-конференции имеют право задать три **результативных вопроса**, которые могут быть:

неуместными;

уместными;

компетентными и

креативный вопрос (вопрос «с изюминкой»)

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

Для характеристики этапов формирования компетенций по дисциплине «Коммерческая деятельность» применяется модульно-рейтинговая система обучения, которая соответствует Положению университета о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам магистратуры.

В модульно-рейтинговой системе обучения по дисциплине «Коммерческая деятельность» есть две части:

- А) Методический материал по оценки компетенций группы (курса);
- Б) Методический материал по индивидуальные оценки компетенций студента.

Методический материал по оценки компетенций группы (курса) предназначен для планирования и контроля освоения компетенции каждой группы студентов. Эта часть состоит из «Рамочных правил», «Многоуровневой модульной программы» и «Рейтинговой успеваемости студентов»

В методический материал по индивидуальные оценки компетенций студента включен «Индивидуальный план студента» в котором каждый студент может самостоятельно осуществлять планирование и контроль по этапам формирования своих компетенций.

А) Методический материал по оценке компетенций группы (курса):

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Маркетинг в АПК»

«РАМОЧНЫЕ ПРАВИЛА»

проведения лекций и практических занятий по модульно-рейтинговой системе
учебной дисциплины **«МАРКЕТИНГ В КИНОЛОГИИ»**
направление подготовки бакалавра 36.03.01 «Биология»

Группа _____

Авторы-составители:

д.э.н. профессор **Москалев М. В.**,

к.э.н. доцент **Шлыгин С.П.**

Санкт – Петербург

2017

Настоящие «РАМОЧНЫЕ ПРАВИЛА» предназначены для студентов, изучающие курс «МАРКЕТИНГ В ОБЛАСТИ КИНОЛОГИИ» по модульно-рейтинговой системе обучения с применением инновационных методов обучения.

Идея организации освоения дисциплины «Маркетинг в области кинологии» по этой системе обучения позволяет преподавателю и студентам принимать *непосредственное творческое участие* в построении инновационно–ориентированного учебного процесса обучения.

«РАМОЧНЫЕ ПРАВИЛА» составляются преподавателями кафедры, в них учитываются: требования учебной программы, особенности дисциплины и методика преподавания данной дисциплины. Рамочные правила могут быть дополнены *правилами группы*, где указываются дополнения и уточнения студентов. Правила группы должны вписываться в рамочные правила и не противоречить им.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАНЯТИЙ ПО МОДУЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ ОБУЧЕНИЯ.

Модульно-рейтинговая система обучения состоит из трех частей:

Многоуровневая модульная программа;

Рейтинговая успеваемость студентов;

Методическое обеспечение

ЧАСТЬ I. МНОГОУРОВНЕВАЯ МОДУЛЬНАЯ ПРОГРАММА.

Многоуровневая модульная программа освоения дисциплины «Маркетинг в области кинологии» предполагает построение рабочей программы по модулям, таким образом, чтобы студенты могли выбрать как метод организации занятий, так и сложности выполнения отдельных модулей.

В этих рамочных правилах предлагается два метода: базовый (традиционный) и инновационный.

Традиционный подход в модульно-рейтинговой системе обучения предполагает проведение практических занятий преподавателем, который выдает задания и оценивает их выполнение.

Инновационный подход на практических занятиях строится с использованием виртуального экономического пространства, где студенты выполняют разные роли.

Действующими лицами (участниками) виртуального пространства являются:

Спикер

Студенты (менеджеры, предприниматели).

Консультант;

Другие участники.

Основными целями при инновационном подходе являются:

Для всех студентов – набрать необходимое количество баллов, чтобы выйти на определённый уровень знаний и получить Зачет.

Для спикера – взяв ответственность за освоение дисциплины всей группой, реализовать свои полномочия.

В проведение занятий закладываются противоречия между всеми участниками. Эти противоречия участники должны конструктивно разрешать, преследуя при этом свои цели.

1 СПИКЕР

Спикер, из числа студентов, назначается преподавателем, либо выбирается группой на конкурсной основе.

Спикеру отводится центральная роль в организации занятий, деловых игр и модульных аукционов

Преподаватель делегирует часть своих полномочий спикеру.

несет определенную ответственность за освоение дисциплины группой.

ведет журнал рейтинговой успеваемости студентов, в котором контролируется не только успеваемость студентов, но и определяется их рейтинг.

отвечает за дисциплину в группе, может штрафовать нарушителей дисциплины

может оценивать работу студентов на практических занятиях, даже премировать студентов за отдельные достижения в освоении дисциплины

Спикер **вправе** вводить дополнения и уточнения к «РАМОЧНЫМ ПРАВИЛАМ», которые являются основными.

2 СТУДЕНТЫ

В зависимости от освоения материала дисциплины студенты могут выполнять разные роли: менеджеров, предпринимателей, начальников, подчиненных... В деловых играх, спикер может группу разбить на отдельные команды, «фирмы». Для управления работой «фирмы» выбирается менеджер. После утверждения спикером менеджера на должность, менеджер приобретает властные полномочия:

Распределяет и оценивает работу внутри «фирмы».

Штрафует и премирует студентов своей «фирмы» за нарушения дисциплины и невыполнение его поручений.

3 КОНСУЛЬТАНТ

В роли консультанта выступает преподаватель.

В начале занятий преподаватель настраивает всех участников: кратко рассказывая о целях и способах их достижения.

Преподаватель должен контролировать ход занятий: при необходимости дать советы спикеру по составлению регламента и выбору системы оценок, подсказывать студентам, как оформить и раскрыть содержание вопроса, помочь справиться с волнением.

В конце занятий – подвести предварительные итоги.

ЧАСТЬ II. РЕЙТИНГОВАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ СТУДЕНТОВ.

Модульно-рейтинговый подход в оценке успеваемости дисциплины «Маркетинг в области кинологии» строится на определении рейтинга студента. Рейтинг каждого студента отслеживается в двух документах: в журнале **«Рейтинговой успеваемости студентов»** и в **«Текущем рейтинге студентов»**

В журнале **«Рейтинговой успеваемости студентов»** показаны:

траектория успеваемости,
итоговый рейтинг и
механизм сдачи Зачетм.

Траектория успеваемости, позволяет:

студенту самостоятельно мониторить свою успеваемость спикеру группы и преподавателя контролировать успеваемость и проводить аттестацию группы в открытом доступе.

Итоговый рейтинг показывает *абсолютный* и *относительный* уровень компетенции дисциплины.

Абсолютный уровень компетенции характеризуется тремя уровнями знания с соответствующей модульной оценкой:

Студенты, набравшие минимальное количество баллов, достигают **ПОРОГОВОГО (ТРЕТЬЕГО) УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ**, с модульной оценкой «Удовлетворительно»;

Студенты, набравшее среднее количество баллов, приобретают **УГЛУБЛЕННЫЙ (ЧЕТВЕРТЫЙ) УРОВЕНЬ КОМПЕТЕНЦИИ** с модульной оценкой «Хорошо»;

Студенты, набравшее наибольшее количество баллов, соответствуют **ПРОДВИНОТОМУ (ПЯТОМУ) УРОВНЮ КОМПЕТЕНЦИИ** с модульной оценкой «Отлично»

Относительный уровень компетенций определяется местом, которое студент занял в своей группе.

Механизм сдачи зачета по модульно-рейтинговой системе обучения имеет свои особенности.

По учебному плану бакалавры, изучающие дисциплину «Маркетинг в области кинологии», должны получить зачет (без оценки). Однако модульная оценка влияет на форму сдачи зачета. Студенты, заработавшие модульной оценкой «Удовлетворительно», получают допуск к сдаче зачета. Студенты, набравшие модульной оценкой «Хорошо», имеют бонус: в назначенное время получить зачет «автоматом». Студенты, которые заработали модульной оценкой «Отлично», получают бонус: зачет «автоматом» в течение семестра.

Критерии оценки знаний на зачете по дисциплине «**Маркетинг в области кинологии**», разработанные преподавателем и утвержденные на заседании кафедры:

Оценку «*зачтено*» студент получает, если он имеет знания **сути** программного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении;

оценка «*незачтено*» ставится студенту, который **не знает суть** программного материала, т.е. допускает существенные ошибки. Как правило, оценка "незачтено" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Текущий рейтинг успеваемости студентов позволяет на определенную дату определить для каждого студента: количество набранных баллов, его уровень компетенции и место в группе, а также провести его аттестацию по следующим показателям: модульной оценки и задолжностям, если таковые есть на определенную дату.

Как текущий, так и итоговый рейтинг студента зависит от количества баллов, которые студент получает по модулям в течение семестра.

Начисление баллов по дисциплине «Маркетинг в области кинологии»

За каждый модуль студент получает баллы: *на лекциях, на практических занятиях и за самостоятельную работу.*

1. На лекциях студент получает следующее количество баллов:

За работу (присутствие) – 2 балла

За контрольный опрос – 10 баллов (три контрольных опроса)

Активные баллы – 1 балл за активную работу на лекции.

2. На практических занятиях

За работу (присутствие) – 2 балла

Активные баллы – 1 балл и более.

За каждую деловую игру 15 баллов.

3. Самостоятельная работа

Студент имеет право выбрать вид самостоятельной работы, которая даст ему возможность не только получить знания, но и набрать нужное количество баллов.

Количество баллов за самостоятельную работу

№ п\п	Наименование	Оценка (баллы)
1.	Доклад студента на конференции	10-15
2.	Доклад специалиста, организованный студентом.	10
3.	Выступление студента на лекции (пр. занятиях) с докладом	5
4.	Реферат по одному источнику от 5 страниц.	3
5.	Реферат по трём источникам от 10 страниц.	5
6	Реферат на основе документов.	7

Примечание: Перечень тем докладов и рефератов нужно взять из приложения №1

ЧАСТЬ III. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.

Методическое обеспечение по дисциплины «Маркетинг в области кинологии» включают в себя следующие методические указания:

3.1. Методические указания для выполнения задания №1 «**Рынок**»;

3.2. Методические указания для выполнения задания №2 «**Презентация фирмы**»;

Эти методические указания позволяют студенту выбрать как метод, так и уровень сложности выполнения учебных задач.

В этих методических указаниях предлагается три метода: пассивный, активный и интерактивный.