Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Дисциплины Б1.О.24 «Управление разработкой и реализацией нового продукта»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Производственный менеджмент»

Квалификация выпускника бакалавр

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплины Б1.О.24 «Управление разработкой и реализацией нового продукта»

№ п/п	Контролируемые разделы (модули) дисциплины	Код индикатора достижения компетенций	Наименование оценочного средства и иных материалов	Кол-во
1	В целом	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций, описание шкал оценивания	4
2			Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины	1
3			Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	3

1 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Описание шкалы оценивания сформированности компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине оценивается по 4-балльной шкалой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

1.2 Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Код компетенции (индикатора достижения компетенции)	Результат обучения по дисциплине	Критерии и показатели оценивания результатов обучения			
		«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ОПК-4 (ОПК-4.1, ОПК-4.2 ОПК-4.3)	Знать: методы оценки и анализа рыночных возможностей, структуру составления бизнес-планов, конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, показатели эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	Фрагментарные знания теоретических и методологических основ оценки и анализа рыночных возможностей, структуру составления бизнес-планов, конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, показатели эффективность развития новых направлений деятельности предприятия/ Отсутствие знаний	Неполные знания теоретических и методологических основ оценки и анализа рыночных возможностей, структуру составления бизнес-планов, конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, показатели эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания теоретических и методологических основ оценки и анализа рыночных возможностей, структуру составления бизнес-планов, конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, показатели эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	Сформированные и систематические знания теоретических и методологических основ оценки оценки и анализа рыночных возможностей, структуру составления бизнес-планов, конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, показатели эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.

1	2	3	4	5	6
	Уметь: оценивать имеющиеся ресурсы, выявлять и анализировать рыночные возможности, составлять бизнес-планы, описать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, определять эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	Фрагментарное умение оценивать имеющиеся ресурсы, выявлять и анализировать рыночные возможности, составлять бизнес-планы, описать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, определять эффективность развития новых направлений деятельности предприятия. / Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение оценивать имеющиеся ресурсы, выявлять и анализировать рыночные возможности, составлять бизнес-планы, описать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, определять эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение оценивать имеющиеся ресурсы, выявлять и анализировать рыночные возможности, составлять бизнес-планы, описать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, определять эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.	Успешное и систематическое умение оценивать имеющиеся ресурсы, выявлять и анализировать рыночные возможности, составлять бизнес-планы, описать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, определять эффективность развития новых направлений деятельности предприятия.
	Владеть: практическими навыками разработки бизнес-проектов, отбора, создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	Фрагментарное владение практическими навыками разработки бизнес-проектов, отбора, создания и развития новых направлений деятельности и организаций. / Отсутствие навыков	В целом успешное, но не систематическое владение практическими навыками разработки бизнес-проектов, отбора, создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение практическими навыками разработки бизнес-проектов, отбора, создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	Успешное и систематическое владение практическими навыками разработки бизнес-проектов, отбора, создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

1.3 Описание шкалы оценивания освоения дисциплины в форме зачёта с оценкой

Знания, умения, навыки обучающегося по дисциплине оцениваются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

1.4 Описание показателей и критериев оценивания компетенций дисциплины в форме зачёта с оценкой

Оценка	Критерии
1	2
Отлично	ответы на вопросы четкие, обоснованные и полные, проявлена готовность к дискуссии, студент демонстрирует высокий уровень владения знаниями, умениями и навыками соответствующих компетенций, что позволяет ему решать широкий круг типовых и нетиповых задач, студент проявил высокую эрудицию и свободное владение материалом дисциплины
Хорошо	ответы на вопросы преимущественно правильные, но недостаточно четкие, студент способен самостоятельно воспроизводить и применять соответствующие знания, умения и навыки для решения типовых задач дисциплины, может выполнять поиск и использование новой информации для выполнения новых профессиональных действий на основе полностью освоенных знаний, умений и навыков соответствующих компетенций
Удовлетворительно	ответы на вопросы не полные, на некоторые ответ не получен, знания, умения, навыки сформированы на базовом уровне, студенты частично, с помощью извне (например, с использованием наводящих вопросов, ассоциативного ряда понятий и т.д.) могут воспроизводить и применять соответствующие знания, умения, навыки
Неудовлетворительно	на большую часть вопросов ответы не были получены, либо они показали полную некомпетентность студента в материале дисциплины, студент не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять соответствующие знания, умения, навыки или знания, умения и навыки у студента не выявлены

2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Вопросы к зачёту

№ вопроса	Вопросы	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	
1	Основы экономических знаний в сферах разработки и реализации новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
2	Теория управления разработкой и реализацией нового продукта: инновационные продукты, технологические, продуктовые инновации	ОПК-4.1 ОПК-4.2
3	Жизненный цикл управления разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
4	Цели и стратегии управления разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.3
5	Инновационная активность предприятий	ОПК-4.3
6	Модели инновационного процесса и функции управления разработкой и внедрением инновационного продукта.	ОПК-4.1 ОПК-4.2
7	Инфраструктура разработки управления разработкой и реализацией нового продукта, система научных учреждений АПК	ОПК-4.1 ОПК-4.2
8	Применение основы экономических знаний в сферах разработки и реализации новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
9	Методический аппарат оценки и отбора инновационных проектов и продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
10	Методы использования основ экономических знаний для разработки и реализации новых продуктов.	ОПК-4.1 ОПК-4.2
11	Концепция управления разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.2
12	Законы и закономерности управления разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.3
13	Модели инновационного процесса и функции управления разработкой и внедрением инновационного продукта	ОПК-4.3
14	Организационно-управленческие решения по управлению разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.3
15	Построение организационно-управленческих моделей разработки нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
16	Модели систем разработки инновационных продуктов, анализ их адекватность, адаптация моделей к конкретным задачам управления	ОПК-4.1 ОПК-4.2
17	Законодательно-правовая база, регламентирующая управление разработкой нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
18	Законодательно-правовая база, регламентирующая защиту интеллектуальной собственности при управлении разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
19	Понятие о методах стандартизации и сертификации в производственной деятельности на стадиях управления разработкой и внедрением нового продукта Ответственность с позиций социальной значимости за последствия принимаемых решений по управлению	ОПК-4.3

	разработкой и реализацией нового продукта	
20	Теория принятия организационно-управленческих решений по управлению разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
21	Построение экономических и финансовых моделей разработки нового продукта в АПК	ОПК-4.1 ОПК-4.2
22	Методика создания моделей разработки нового продукта в АПК	ОПК-4.2
23	Социальную значимость принимаемых решений по управлению разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
24	Ответственность за принимаемые решения при управлении разработкой и реализацией новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
25	Разработка организационно-управленческие решения по управлению разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.1 ОПК-4.2
26	Методы управления разработкой и реализацией новых продуктов с учетом социальной значимости принимаемых решений	ОПК-4.1 ОПК-4.2
27	Методы участия в управлении проектом разработки и реализации новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
28	Методы участия в управлении программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ОПК-4.1 ОПК-4.2
29	Методы участия в управлении разработкой и реализацией новых продуктов,	ОПК-4.1 ОПК-4.2
30	Способы внедрения новых продуктов	ОПК-4.2
31	Применение методов управления разработкой и реализацией новых продуктов в сельском хозяйстве	ОПК-4.1 ОПК-4.2
32	Внедрение новых продуктов в сельскохозяйственное производство	ОПК-4.2
33	Способы и методы разработки и реализации новых продуктов	ОПК-4.3
34	Способы и методы разработки и реализации программ внедрения новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
35	Методический аппарат оценки и отбора инновационных продуктов. Создание продукта и матричный анализ	ОПК-4.1 ОПК-4.2
36	Способы документального оформления решений в управлении операционной деятельностью организаций при внедрении новых продуктов	ОПК-4.1 ОПК-4.2
37	Представления об инновационном проекте и среде его внедрения.	ОПК-4.2
38	Форматы документального оформления решений в управлении операционной деятельности организаций при управлении разработкой и реализацией новых продуктов	ОПК-4.3
39	Методы управления разработкой нового продукта и его внедрением с использованием современного ПО	ОПК-4.1 ОПК-4.2
40	Документальное оформление решения по управлению операционной деятельностью организации при управлении разработкой и реализацией нового продукта	ОПК-4.3

2.3 Примерные варианты тестовых заданий

Модуль 1 - (Тат-1

Вариант 1

1.Что такое технологические инновации:

А. Использование нового сырья

B. Результат воплощения в виде нового усовершенствованного продукта или технологического процесса

C. Появление новых рынков сбыта

D. Изменения в организации материально-технического снабжения

2.Что такое инновационный процесс:

A. Это жизненный цикл нового товара

B. Это научно-технические разработки

C. Это материализация новых идей и знаний

Это создание, освоение, распространение управления разработкой и реализацией нового продукта

3.Обязательные свойства инновации:

A. Научно-техническая новизна и производственная применимость

B. Коммерческая применимость нового продукта , процесса

C. Экономическая эффективность от внедрения нового товара, процесса

Наличие изобретений, патентов на новую продукцию

4.Свойства научно-технической инновации:

A. Новизна

B. Удовлетворение рыночного спроса

C. Обязательно должны приносить прибыль

A+B+C (Ответы)

5.Формы разработки и реализации нового продукта:

A. Расширенная форма

B. Натуральная, товарная, расширенная

C. Внутриорганизационная и межорганизационная

Простая и расширенная

6.Что такое диффузия нововведения:

A. Производство и сбыт нового товара

B. Это когда производитель и потребитель совмещены в едином новом технологическом процессе

C. Когда эффект перераспределяется между производителем и потребителем

Опытно-конструкторские работы, организация опытного производства

7.От чего зависит скорость процесса диффузии:

A. От способа передачи информации

B. От формы принятия решения, способа передачи информации, свойства социальной системы, свойств самого нововведения

C. Свойств самого нововведения

От совместимости с уже сложившейся технологической структурой

8.Кто такие имитаторы нововведений:

A. Новаторы

B. Пионерские (ранние) реципиенты

C. Большинство предприятий отрасли, внедряющих новшество

Ранние реципиенты, раннее большинство и отстающие предприятия отрасли, внедряющие нововведения

9.Что является фундаментом разработки и реализации нового продукта:

A. Прикладные исследования

B. Проектирование нового процесса или изделия

C. Теоретическое исследование

Освоение нового производства

10.Много ли, по вашему мнению, фундаментальных исследований имеют положительный результат:

A. 90%

B. 10%

C. 50%

25%

Вариант 2

1. Сколько процентов, на ваш взгляд, результатов теоретических исследований практически внедряется

A. 50%

B .25%

C. 75%

ниже 10%

2.В чем заключается определение условий и организация инновационного менеджмента:

A. В планировании разработки и реализации нового продукта

B. В исполнении разработки и реализации нового продукта

C. В руководстве инновационных процессов

В определении ресурсов для реализации инновационного цикла, постановке задач, организации работы

3.В чем заключается исполнение управления разработкой и реализацией новогопродукта:

A. В контроле и анализе внедрения нового проекта

B. В осуществлении исследований, разработок и реализации плана

C. В освоение плана управления разработкой и реализацией новогопродукта

В своевременной корректировке действий исполнителей нового проекта

4.Что такое радикальная продуктовая инновация:

A. Продукт , чьи технологические характеристики отличаются от ранее производимых продуктов

B. Существующий в производстве продукт, качественнее и стоимостные характеристики которого заметно лучше

C. Внедрение нового или усовершенствованного технологического процесса или метода

Расширение производства уже известного продукта

5.Что такое «Осло» (инкрементальная продуктовая инновация)

A.Продукт, чье конструктивное выполнение или функциональные признаки изменены

B.Существующий продукт, качественнее и стоимостные характеристики которого были заметно улучшены

C. Принципиально новая технология

Введение дополнительных операций в производство

6.Что такое процессные инновации:

A. Введение в процесс более эффективных материалов, компонентов

B. Это, если готовое изделие не выпускалось ранее

C. Использование результатов исследований в производстве

Они включают в себя разработки, внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных методов производства

7.Что такое инновации системной структуры предприятия:

A. Изменения в выборе сырья, материалов

B. Изменения в выборе оборудования

C. Инновации в управленческой производственной и технологической сферах

Изменения в информации, технологии

8.Что такое венчурный бизнес:

A. Государственные бесприбыльные организации

B. Это самостоятельные небольшие фирмы, занимающиеся исследованиями, разработками производства новой продукции

C. Частные бесприбыльные организации

Научно-исследовательские сектора высших учебных заведений

9 .Кто такие эксплеренты:

A. Фирмы, которые финансируются только в том случае, если предыдущее новшество пошло на рынок

B. Фирма, подготовляющая внедрение нового продукта на рынок

C. Фирма, разрабатывающая внутренние рисковые проекты

Фирмы, специализирующихся на создании новых или радикальных преобразованиях старых сегментов рынка

10.Какие фирмы относятся к «пионерским»:

A. Работающие в «окрестностях» этапа максимума цикла изобретательной активности

B. Фирмы занимающиеся не только чистой наукой и изобретательством

C. Фирмы, у которых финансирование инвесторы не имеют право изъять в течении действия всего договора на создание нового продукта

D. Фирмы, работающие с личным капиталом новатора

Модуль 2 - (**Тат-2**)

Вариант 1

2.Что такое технопарки:

A. Фирмы, занимающиеся реализацией прибыльного проекта

B. Объединения исследовательских малых фирм

C. Крупные фирмы, имеющие в своем составе исследовательские подразделения

D. Крупные индустриальные научно-исследовательские институты, имеющие в своем составе опытное производство

2.Что такое бизнес-инкубаторы:

A. Объединения малых исследовательских фирм
B. Пионерные фирмы
C. Фирмы, имеющие цель реализацию прибыльного проекта
Союз малых и крупных исследовательских организаций

3.Что такое фирмы-патиенты:
A. Фирмы имеющие цель реализовать прибыльнее новшества
B. Фирмы работающие на узкий сегмент рынка
C. Объединение малых исследовательских организаций
Пионерные фирмы продвигающие в жизнь патенты

4.Что такое фирмы-виоленты:
A. Научно - исследовательская фирма стремящаяся завоевать рынок
B. Фирмы, сформированные под действием моды и рекламы нового продукта
C. Формы с высоким уровнем освоения новых технологий
Фирмы, имеющие в составе «антикризисного» инновационного менеджера

5.Что какое фирмы-коммутанты:
A. Они действуют на этапе падения цикла выпуска продукции
B. Прибыльные фирмы, внедряющие новшества
C. Фирмы работающие с рискованными проектами
Фирмы, работающие с изобретениями на начальном этапе

6.Что такое метод «ключевых вопросов» оценки стратегического состояния организации:
A. Он основан на формулировке стратегии
B. Он основан на анализе внешней среды
C. Он основан на создании целей и установок стратегии
Д. Он основан на постановке вопросов и ответов по всем факторам внутренней и внешней среды, способствующих или препятствующих внедрению новшества

7. Для какой цели строится трендовая модель?
а) чтобы отразить тенденции рынка и экстраполировать их;
б) чтобы измерить силу влияния цен на спрос;
в) чтобы получить характеристику качества товаров.
8. Как определить устойчивость рынка?
а) с помощью оценки поведения конкурентов;
б) с помощью коэффициентов вариации (в статистике) и коэффициентов апроксимизации (в динамике) основных параметров рынка;
в) с помощью коэффициентов эластичности.

8. Что такое сегментация рынка?
а) группировка предприятий сферы производства по их размеру;
б) выделение квоты покупок на международном рынке;
в) разделение потребителей на однородные группы по ряду признаков.

9. Что собой представляет рыночная ниша?
а) небольшой участок рынка с благоприятными для малого предприятия конкурентными условиями;
б) помещение на городском сельскохозяйственном рынке;
в) часть рынка, где проводится пробный маркетинг.

10. В чем проявляются однородность сегмента?

а) отсутствии резких колебаний спроса;

б) в равномерном распределении торговых предприятий по региону;

в) в одинаковой реакции потребителей на предлагаемый товар или на маркетинговые мероприятия.

Вариант 2

1. Перечислите условия эффективности сегментации:

а) размер предприятия;

б) измерение сегмента, его доступность и выгодность;

в) применение статистических методов группировки.

5. Как малому предприятию завоевать рыночную нишу?

а) выступить с уникальным товаром;

б) дать заявку в плановый орган;

в) выпустить товар, аналогичный товару конкурента.

2. Что такое окружающая среда реализации нового продукта?

а) совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты;

б) торгово-сбытовая сеть фирмы, расположенная на периферии;

в) система коммуникационных связей с референтной группой.

3. Что собой представляет разработка нового товара?

а) цикл технологических действий по созданию товара;

б) отбор идей нового товара;

в) комплексный процесс, включающей параллельное осуществление технологических, экономических, и маркетинговых действий, имеющих целью создания и вывод на рынок нового товара.

4.. Что такое жизненный цикл товара?

а) кругооборот товара;

б) время годности товара;

в) время с выхода товара на рынок и до его ухода с рынка

9. Какую цель преследует фирма, снижая цену?

а) стимулировать спрос;

б) упростить кассовые расчеты;

в) облагодетельствовать покупателей.

5. Возрастная структура потребителей относится:

а) к микросреде фирмы;

б) к макросреде фирмы;

в) вообще не относится к окружающей среде маркетинга.

6. Дайте определение товара:

а) вещь, обеспечивающая комфортные условия существования;

б) продукт или действие, обладающие полезностью и предназначенные для продажи;

в) продукт собственного производства, потребленный в своем домашнем хозяйстве.

7. Что такое товарная марка?

а) почтовый знак;

б) денежная единица ФРГ;

в) средства идентификации товара.

8. Что такое логотип ?

а) тип товара, который находится на витрине магазина;

б) составной элемент марки товара, который можно прочесть.

9. Разработка товара заключается:

а) в создании технологического проекта товара;

б) в принятии решения на выпуск товара, объединяющих технологические, экономические и маркетинговые действия;

в) в деятельности органов надзора за качеством товаров;

5. Что такое товарная единица?

а) способ подсчета на товаром чеке при покупке продуктов ;

б) цена товара;

в) минимальная величина, на которую можно разделить товарную массу без потери присущих ей свойств.

10. Что собой представляет ассортимент?

а) виды, подвиды, разновидности товара, отличающиеся друг от друга незначительными потребительскими свойствами;

б) список товаров, вывешиваемый в магазине;

в) перечень магазинов различной специализации.

7. Как понимать качество товара?

а) как свойство товара, установленное производителем;

б) как совокупность свойств и характеристик, которые придают товару способность удовлетворять потребности;

в) как символ товара

8. В чем проявляется конкурентоспособность товара?

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

1. 1. Положение о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры СМК-П-02.01-04-21 / разраб. Т.А. Лашина. – Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2021. – 15 с.
2. 2. Положение о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в условиях усиления санитарно-эпидемиологических мероприятий. СМК-П-02.01-02-23 / разраб. Т.А. Лашина. – Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2023. – 8 с.
3. Рабочая программа дисциплины Б1.О.24 «Управление разработкой и реализацией нового продукта» / разраб. Н.Н. Волохов. – Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2025. – 44 с.