

Методы, критерии и порядок оценки

Прогресс и обучение оцениваются не только в конце, но и на протяжении всего курса. В ходе курса студенты выполняют 3 групповых проекта:

1-ый проект – маркетинговое исследование рынка;

2-ой проект – разработка бизнес-модели Канвас;

3-ий проект – разработка маркетингового плана (комплекса маркетинга-микс).

Оценки будут определяться путем оценивания содержания и презентации проектов.

Относительный вес каждого проекта будет установлен на уровне 25% в общей оценке. Итоговый контроль проводится в виде тестирования (25% в общей оценке).

Навыки и персональное развитие

Дисциплина "Распространение на рынке" обеспечивает способность студентов:

- 1) использовать профессиональные знания и навыки на практике для решения задач, связанных с изучением рыночных тенденций, разработкой инновационных продуктов и их продвижением;
- 2) анализировать, обсуждать, формулировать и решать проблемные ситуации, связанные с продвижением инновационных продуктов;
- 3) осваивать новые знания и навыки, самосовершенствоваться и самообучаться, продолжать профессиональное развитие;
- 4) уметь работать в команде, работать над поиском новых идей, понимать функции участников творческого процесса;
- 5) улучшать навыки общения, включая устную и письменную коммуникацию;
- 6) организовывать собственную деятельность и эффективное управление временем;
- 7) презентовать результаты проектной работы