

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Комарова Светлана Юриевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 25.08.2023 09:19:27

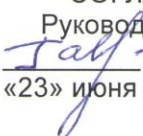
Уникальный программный ключ:

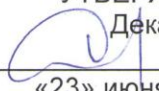
43ba42f5deae4116bbfcb9ac9b29188031237c91a112071ba41496000817a

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»**

Агротехнологический факультет

**ОПОП по направлению подготовки
19.04.02 Продукты питания из растительного сырья**

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
 Н.Б. Гаврилова
«23» июня 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан
 А.А. Гайвас
«23» июня 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины**

Б1.В.02 Маркетинговый анализ отраслевых рынков

Направленность «Технология продуктов питания из растительного сырья
специального назначения»

Обеспечивающая преподавание дисциплины
кафедра -

менеджмента и маркетинга

Разработчик (и) РП

канд. с.-х. наук



Е.В. Фалалеева

Внутренние эксперты:

Председатель МК, канд. биол. наук, доцент



О.Н. Лазарева

Начальник управления информационных
технологий



П.И. Ревякин

Заведующий методическим отделом УМУ



Г.А. Горелкина

Директор НСХБ



И.М. Демчукова

Омск 2021

1. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ВВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ СТАТУС

1.1 Основания для введения дисциплины в учебный план:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования от 17 августа 2020 г. № 1040;
- основная профессиональная образовательная программа подготовки магистра, по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья, направленность «Технология продуктов питания из растительного сырья специального назначения»

1.2 Статус дисциплины в учебном плане:

- относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Дисциплины» ОПОП.
- является дисциплиной обязательной для изучения¹.

1.3 В рабочую программу дисциплины в установленном порядке могут быть внесены изменения и дополнения, осуществляемые в рамках планового ежегодного и ситуативного совершенствования, которые отражаются в п. 9 рабочей программы.

2. ЦЕЛЕВАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. ЛОГИЧЕСКИЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДИСЦИПЛИНЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ И ПРАКТИКАМИ В СОСТАВЕ ОПОП

2.1 Процесс изучения дисциплины в целом направлен на подготовку обучающегося к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: научно-исследовательский, технологический, организационно-управленческий, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки, а также ОПОП ВО университета, в рамках которой преподаётся данная дисциплина.

Цель дисциплины: формирование у студентов системы знаний и умений, связанных с конкурентоспособностью организации и выпускаемых ею товаров на основе маркетинговых исследований отраслевых рынков.

2.2 Перечень компетенций формируемых в результате освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1	2	3	4	5	6
Профессиональные компетенции					
ПК-1	Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1} Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области производства продукции из растительного сырья	основы маркетингового анализа отраслевых рынков	применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов

¹ В случае если дисциплина является дисциплиной по выбору обучающегося, то пишется следующий текст:

- относится к дисциплинам по выбору;
- является обязательной для изучения, если выбрана обучающимся.

2.3 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				Не зачтено		Зачтено		
				Характеристика сформированности компетенции				
				Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.			
Критерии оценивания								
ПК-1 Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1}	Полнота знаний	Знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Не знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Слабо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; Хорошо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; В совершенстве знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков.			Тест, опрос, реферат, контрольная работа
		Наличие умений	Умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Недостаточно умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Слабо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			

2.4 Логические и содержательные взаимосвязи дисциплины с другими дисциплинами и практиками в составе ОПОП

Дисциплины, практики*, на которые опирается содержание данной дисциплины		Индекс и наименование дисциплин, практик, для которых содержание данной дисциплины выступает основой	Индекс и наименование дисциплин, практик, с которыми данная дисциплина осваивается параллельно в ходе одного семестра
Индекс и наименование	Перечень требований, сформированных в ходе изучения предшествующих (в модальности «знать и понимать», «уметь делать», «владеть навыками»)		
		Б1.В.05 Технология продуктов питания из растительного сырья специального назначения Б1.В.09 Проектирование и реконструкция пищевых предприятий	Б1.О.01 Методология научного познания Б1.О.04 Методология проектирования продуктов питания с заданными свойствами и составом Б1.О.05 Управление качеством продукции Б1.О.07 Организация и планирование научно-исследовательской работы Б1.О.08 Математическое моделирование технологических процессов Б1.В.01 Управление проектами

* - для некоторых дисциплин первого года обучения целесообразно указать на взаимосвязь с предшествующей подготовкой обучающихся в старшей школе

2.5 Формы методических взаимосвязей дисциплины с другими дисциплинами и практиками в составе ОПОП

В рамках методической работы применяются следующие формы методических взаимосвязей:

- учёт содержания предшествующих дисциплин при формировании рабочей программы последующей дисциплины,
- согласование рабочей программы предшествующей дисциплины ведущим преподавателем последующей дисциплины;
- совместное обсуждение ведущими преподавателями предшествующей и последующей дисциплин результатов входного тестирования по последующей дисциплине;
- участие ведущего преподавателя последующей дисциплины в процедуре приёма зачета по предыдущей.

2.6 Социально-воспитательный компонент дисциплины

В условиях созданной вузом социокультурной среды в результате изучения дисциплины: формируются мировоззрение и ценностные ориентации обучающихся; интеллектуальные умения, научное мышление; способность использовать полученные ранее знания, умения, навыки, развитие творческих начал.

Воспитательные задачи реализуются в процессе общения преподавателя с обучающимися, в использовании активных методов обучения, побуждающих обучающихся проявить себя в совместной деятельности, принять оценочное решение. Коллективные виды деятельности способствуют приобретению навыков работы в коллективе, умения управления коллективом. Самостоятельная работа способствует выработке у обучающихся способности принимать решение и навыков самоконтроля.

Через связь с НИРС, осуществляемой во внеучебное время, социально-воспитательный компонент ориентирован на:

- 1) адаптацию и встраивание обучающихся в общественную жизнь ВУЗа, укрепление межличностных связей и уверенности в правильности выбранной профессии;
- 2) проведение систематической и целенаправленной профориентационной работы, формирование творческого, сознательного отношения к труду;
- 3) формирование общекультурных компетенций, укрепление личных и групповых ценностей, общественных ценностей, ценности непрерывного образования;
- 4) гражданско-правовое воспитание личности;
- 5) патриотическое воспитание обучающихся, формирование модели профессиональной этики, культуры экономического мышления, делового общения.

Объединение элементов образовательной и воспитательной составляющей дисциплины способствует формированию общекультурных компетенций выпускников, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера, создает условия, необходимые для всестороннего развития личности.

3. СТРУКТУРА И ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина изучается в 1 семестре 1 курса очной формы обучения и 1 и 2 курсах заочной формы обучения.

Продолжительность семестра (-ов) 18 4/6 недель.

Вид учебной работы	Трудовое время, час		
	семестр, курс*		
	очная 1 сем.	заочная форма	
		1 курс	2 курс
1. Аудиторные занятия, всего			
- лекции	18	2	2
- практические занятия (включая семинары)	36		10
- лабораторные работы			
- консультации	36		
2. Внеаудиторная академическая работа	54	34	92
2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:			
Выполнение и сдача/защита индивидуального/группового задания в виде**			
- реферат	25		
- контрольная работа			30
2.2 Самостоятельное изучение тем/вопросов программы	20	34	34
2.3 Самоподготовка к участию и участие в контрольно-оценочных мероприятиях , проводимых в рамках текущего контроля освоения дисциплины (за исключением учтённых в пп. 2.1 – 2.2):	9		28
3. Получение зачёта по итогам освоения дисциплины			4
ОБЩАЯ трудоёмкость дисциплины:	Часы	144	144
	Зачётные единицы	4	4

Примечание:
 * – **семестр** – для очной и очно-заочной формы обучения, **курс** – для заочной формы обучения;
 ** – КР/КП, реферата/эссе/презентации, контрольной работы (для обучающихся заочной формы обучения), расчетно-графической (расчетно-аналитической) работы и др.;

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Укрупненная содержательная структура дисциплины и общая схема ее реализации в учебном процессе

Номер и наименование раздела учебной дисциплины. Укрупнённые темы раздела		Трудовое время раздела и её распределение по видам учебной работы, час.							Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел	
		Общая	Аудиторная работа					ВРС			
			всего	лекции	занятия			всего			фиксированные виды
					практические (всех форм)	лабораторные	консультации				
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
очная форма обучения											
1	Методические основы маркетинговых исследований	48	30	6	12		12	18	7	Тестирование	

	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований										ПК-1
	1.2 Маркетинговая информация										
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации										
	1.4 Процесс маркетинговых исследований										
2	Обработка и представление результатов маркетинговых исследований	48	30	6	12		12	18	9	Тестирование	ПК-1
	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации										
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях										
3	Прикладные маркетинговые исследования	48	30	6	12		12	18	9	тестирование	ПК-1
	3.1 Исследование среды маркетинга предприятия										
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка										
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров										
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов										
	3.5 Исследования маркетинговых коммуникаций										
Промежуточная аттестация		x	x	x	x	x	x	x	зачет		
Итого по учебной дисциплине		144	90	18	36	-	36	54	25		
заочная форма обучения											
1	Методические основы маркетинговых исследований	42	-	-	-	-		42	10	тестирование	ПК-1
	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований										
	1.2 Маркетинговая информация										
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации										
	1.4 Процесс маркетинговых исследований										
2	Обработка и представление результатов маркетинговых исследований	48	6	2	4			42	10	тестирование	ПК-1
	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации										
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях										
3	Прикладные маркетинговые исследования	50	8	2	6			42	10	тестирование	ПК-1
	3.1 Исследование среды маркетинга предприятия										
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка										
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров										
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов										
	3.5 Исследования маркетинговых коммуникаций										
Промежуточная аттестация		x	x	x	x	x	x	x	зачет		
Итого по учебной дисциплине		144	14	4	10	-	-	126	30		

4.2 Лекционный курс.

Примерный тематический план чтения лекций по разделам дисциплины

Номер		Тема лекции. Основные вопросы темы	Трудоемкость по разделу, час.		Используемые интерактивные формы
			Очная форма	заочная форма	
1	1	Тема: Содержание и направления маркетинговых исследований	2	-	Вводная, информационная,

2		1. Сущность маркетинговых исследований			лекция-презентация		
		2. Виды маркетинговых исследований					
		3. Принципы проведения маркетинговых исследований					
	2	Тема: Маркетинговая информация		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Классификация маркетинговой информации	2. Принципы сбора маркетинговой информации				
	3	Тема: Методы сбора первичной маркетинговой информации		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Опрос как метод сбора первичной информации	2. Порядок разработки анкеты				
		3. Экспертный метод в маркетинговых исследованиях					
	4	Тема: Процесс маркетинговых исследований		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Общая характеристика маркетинговых исследований	2. Разработка концепции исследования				
		3. Отбор источников информации					
	2	5	Тема: Обработка и анализ маркетинговой информации		2	2	Лекция-визуализация
			1. Подготовка данных для маркетинговой информации	2. Типы шкал, сводки и группировки данных в маркетинговых исследованиях			
3. Ряды распределения и табулирование маркетинговых данных			4. Анализ и обработка экспертных оценок				
5. Методы корреляционного и регрессионного анализа в маркетинговых исследованиях							
6		Тема: Отчет о маркетинговых исследованиях		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Назначение маркетингового отчета	2. Структура письменного отчета				
		3. Презентация и графическое представление отчета					
3		7	Тема: Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия		2	2	Лекция-визуализация
			1. Анализ микросреды предприятия	2. Анализ макросреды предприятия			
	3. Исследование аутосреды предприятия						
	8	Тема: Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Структура агропродовольственного рынка	2. Порядок оценки конъюнктуры агропродовольственного рынка				
	9	Тема: Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров		2	-	Лекция-визуализация	
		1. Основы маркетинговых исследований потребителей	2. Факторы, оказывающие влияние на выбор потребителями продукции				
		3. Элементы анализа конкурентов					
4. Построение конкурентной карты рынка							
Общая трудоёмкость лекционного курса				18	4	х	
Всего лекций по учебной дисциплине:			час	Из них в интерактивной форме:		час	
- очная форма обучения			18	- очная форма обучения		18	
- заочная форма обучения			4	- заочная форма обучения		4	

4.3 Примерный тематический план практических занятий по разделам дисциплины

№	раздела (модуля)	занятия	Трудоёмкость по разделу, час.		Используемые интерактивные формы**	Связь занятия с ВАРС*
			очная форма	заочная форма		
1	2	3	4	5	6	7
	1	Методы сбора первичной маркетинговой информации	8	2	презентация	УЗ СРС
	2	Процесс маркетинговых исследований	8	2	работа в малых группах	УЗ СРС
	3	Корреляционный и регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях	10	4	кейс	УЗ СРС

	4	Исследование маркетинговой среды предприятия	10	2	кейс	УЗ СРС
Всего практических занятий по дисциплине:		час.	Из них в интерактивной форме:			час.
- очная форма обучения		36	- очная форма обучения			36
- заочная форма обучения		10	- заочная форма обучения			10
В том числе в форме семинарских занятий						
- очная форма обучения		8				
- заочная форма обучения		2				
* Условные обозначения: ОСП – предусмотрена обязательная самоподготовка к занятию; УЗ СРС – на занятии выдается задание на конкретную ВАРС; ПР СРС – занятие содержательно базируется на результатах выполнения обучающимся конкретной ВАРС.						
** в т.ч. при использовании материалов МООК «Название», название ВУЗа-разработчика, название платформы и ссылка на курс (с указанием даты последнего обращения) (заполняется в случае осуществления образовательного процесса с использованием массовых открытых онлайн-курсов (МООК) по подмодели 3 «МООК как элемент активации обучения в аудитории на основе предварительного самостоятельного изучения»)						
Примечания: - материально-техническое обеспечение практических занятий – см. Приложение 6; - обеспечение практических занятий учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2.						

4.4 Лабораторный практикум. Учебным планом не предусмотрен

4.5 Консультации.

Консультации являются одной из форм руководства работой студентов и оказания им помощи в изучении учебного материала. Они проводятся регулярно в процессе всего периода обучения.

5 ПРОГРАММА ВНЕАУДИТОРНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ

5.1.2 Выполнение и сдача рефератов

5.1.2.1 Место реферата в структуре дисциплины

Разделы дисциплины, освоение которых обучающимися сопровождается или завершается выполнением реферата		Компетенции, формирование/развитие которых обеспечивается в ходе выполнения реферата
№	Наименование	
8	Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	
9	Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	ПК-1

5.1.2.2 Перечень примерных тем коллективных рефератов (электронной презентации по ним)

1. Понятие и особенности бенчмаркинга в России и за рубежом;
2. Оценка эффективности рекламного воздействия на потребителя;
3. Инструменты и методы маркетинговых исследований;
4. Значение маркетинговых исследований для деятельности предприятия;
5. Международные маркетинговые исследования;
6. Брэнд: сущность и значение;
7. Методы изучения деятельности фирм-конкурентов;
8. Информационные маркетинговые системы;
9. Организация маркетинговых исследований в пищевой промышленности;
10. Особенности проведения маркетингового анализа.

5.1.2.3 Информационно-методическое и материально-техническое обеспечение процесса выполнения реферата

- 1) Материально-техническое обеспечение процесса выполнения реферата– см. Приложение 6.
- 2) Обеспечение процесса выполнения реферата учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложение 1, 2, 3.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

– оценка «зачтено» по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность, наглядность представления, полные ответы на вопросы;

– оценка «не зачтено» по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

5.1.2.4 Типовые контрольные задания

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций представлены в Приложении 9 «Фонд оценочных средств по дисциплине (полная версия)».

5.1.3 Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

Контрольная работа предусматривает: изложение информации по одной из тем в электронной форме (виде презентации)

Тематика контрольных работ

Тема: Содержание и направления маркетинговых исследований
1. Сущность маркетинговых исследований
2. Виды маркетинговых исследований
3. Принципы проведения маркетинговых исследований
Тема: Маркетинговая информация
1. Классификация маркетинговой информации
2. Принципы сбора маркетинговой информации
Тема: Методы сбора первичной маркетинговой информации
1. Опрос как метод сбора первичной информации
2. Порядок разработки анкеты
3. Экспертный метод в маркетинговых исследованиях
Тема: Процесс маркетинговых исследований
1. Общая характеристика маркетинговых исследований
2. Разработка концепции исследования
3. Отбор источников информации
Тема: Обработка и анализ маркетинговой информации
1. Подготовка данных для маркетинговой информации
2. Типы шкал, сводки и группировки данных в маркетинговых исследованиях
3. Ряды распределения и табулирование маркетинговых данных
4. Анализ и обработка экспертных оценок
5. Методы корреляционного и регрессионного анализа в маркетинговых исследованиях
Тема: Отчет о маркетинговых исследованиях
1. Назначение маркетингового отчета
2. Структура письменного отчета
3. Презентация и графическое представление отчета
Тема: Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия
1. Анализ микросреды предприятия
2. Анализ макросреды предприятия
3. Исследование аутосреды предприятия
Тема: Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка
1. Структура агропродовольственного рынка
2. Порядок оценки конъюнктуры агропродовольственного рынка
Тема: Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров
1. Основы маркетинговых исследований потребителей
2. Факторы, оказывающие влияние на выбор потребителями продукции
Тема: Маркетинговые исследования конкурентов
1. Конкурентная среда сельскохозяйственного предприятия
2. Элементы анализа конкурентов
3. Построение конкурентной карты рынка
4. Бенчмаркетинг
1. Исследование рекламы
2. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта

Шкала и критерии оценивания

– оценка «зачтено» присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность презентации;

присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов;

присваивается за неполное раскрытие темы, не соответствии критериям оформления, затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «не зачтено» присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

5.2 САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТЕМ

Номер раздела дисциплины	Тема в составе раздела / вопрос в составе темы раздела, вынесенные на самостоятельное изучение	Расчетная трудоемкость, час.	Форма текущего контроля по теме
1	2	3	4
Очное обучение			
1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	2	опрос
	1.2 Маркетинговая информация	2	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	2	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	2	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	2	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	2	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	2	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	2	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	2	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	2	опрос
Заочное обучение			
1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	4	опрос
	1.2 Маркетинговая информация	4	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	4	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	8	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	8	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	8	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	8	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	8	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	8	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	8	опрос

Шкала и критерии оценивания

Оценку «отлично» получает студент, который дает логичный, грамотный ответ. Студенту необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала, быстро ориентироваться, отвечая на дополнительные вопросы. Оценку «хорошо» заслуживает студент, твердо знающий материал занятия, грамотно и по существу отвечает на вопросы. Не допускает существенных неточностей при ответах на вопросы. Оценку «удовлетворительно» получает студент, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает

затруднения при решении практических задач. В ответах на поставленные вопросы студентом допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки, нарушена последовательность в изложении программного материала.

Оценка «*неудовлетворительно*» говорит о том, что студент не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах.

**5.3 Самоподготовка и участие
в контрольно-оценочных учебных мероприятиях (работах) проводимых в рамках текущего
контроля освоения дисциплины**

Наименование оценочного средства	Охват обучающихся	Содержательная характеристика (тематическая направленность)	Расчетная трудоемкость, час
1	2	3	4
очная форма обучения			
письменный опрос	фронтальный	Знание основных положений, важных для изучения дисциплины	4
тестирование	фронтальный	По лекционному материалу	5
заочная форма обучения			
письменный опрос	фронтальный	Знание основных положений, важных для изучения дисциплины	14
тестирование	фронтальный	По лекционному материалу	14

**6 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

6.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ»	
6.2 Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл заключительное тестирование; 3) подготовил полноценное учебное портфолио.
Процедура получения зачёта - Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)

7 ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1 Библиотечное, информационное и методическое обеспечение учебного процесса по дисциплине

В соответствии с действующими государственными требованиями для реализации учебного процесса по дисциплине обеспечивающей кафедрой разрабатывается и постоянно совершенствуется учебно-методический комплекс (УМК), соответствующий данной рабочей программе. При разработке УМК кафедра руководствуется установленными университетом требованиями к его структуре, содержанию и оформлению.

Организационно-методическим ядром УМК являются:

- полная версии рабочей программы учебной дисциплины с внутренними приложениями №№ 1-3, 5, 6, 8;
- фонд оценочных средств по ней ФОС (Приложение 9);
- методические рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины и прохождению контрольно-оценочных мероприятий (Приложение 4);
- методические рекомендации преподавателям по дисциплине (Приложение 7).

В состав учебно-методического комплекса в обязательном порядке также входят перечисленные в Приложениях 1 и 2 источники учебной и учебно-методической информации, учебные ресурсы и средства наглядности.

Приложения 1 и 2 к настоящему учебно-программному документу в обязательном порядке актуализируются на начало каждого учебного года

Электронная версия актуального УМКД, адаптированная для обучающихся, выставляется в информационно-образовательной среде университета.

7.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине; соответствующая им информационно-технологическая и компьютерная база

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине и сведения об информационно-технологической и компьютерной базе, необходимой для преподавания и изучения дисциплины, представлены в Приложении 5. Данное приложение в обязательном порядке актуализируются на начало каждого учебного года.

7.3 Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине

Сведения о материально-технической базе, необходимой для реализации программы дисциплины, представлены в Приложении 6, которое в обязательном порядке актуализируется на начало каждого учебного года.

7.4. Организационное обеспечение учебного процесса и специальные требования к нему с учетом характера учебной работы по дисциплине

Аудиторные учебные занятия по дисциплине ведутся в соответствии с расписанием, внеаудиторная академическая работа организуется в соответствии с семестровым графиком ВАР и графиками сдачи/приёма/защиты выполненных работ. Консультирование обучающихся, изучающих данную дисциплину, осуществляется в соответствии с графиком консультаций.

7.5 Кадровое обеспечение учебного процесса по дисциплине

Сведения о кадровом обеспечении учебного процесса по дисциплине представлены в Приложении 8, которое в обязательном порядке актуализируется на начало каждого учебного года.

7.6. Обеспечение учебного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организационно-педагогическое, психолого-педагогическое сопровождение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основании соответствующей рекомендации в заключении психолого-медико-педагогической комиссии или индивидуальной программе реабилитации инвалида.

Обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в случае необходимости:

- предоставляются печатные и (или) электронные образовательные ресурсы в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- учебно-методические материалы для самостоятельной работы, оценочные средства выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей;
- разрешается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями (эти средства могут быть предоставлены университетом или могут использоваться собственные технические средства).

– проведение процедуры оценивания результатов обучения возможно с учетом особенностей нозологий (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) при использовании доступной формы предоставления заданий оценочных средств и ответов на задания (в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода) с использованием дополнительного времени для подготовки ответа.

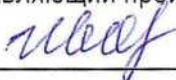
Во время проведения занятий в группах, где обучаются инвалиды и обучающиеся с ОВЗ, возможно применение мультимедийных средств, оргтехники, слайд-проекторов и иных средств для повышения уровня восприятия учебной информации обучающимися с различными нарушениями. Для разъяснения отдельных вопросов изучаемой дисциплины преподавателями дополнительно проводятся индивидуальные консультации, в том числе с использованием сети Интернет.

7.7 Обеспечение образовательных программ с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации программы дисциплины могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, обучающимся обеспечивается доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочей программе. В информационно-образовательной среде университета в рамках дисциплин создается электронный обучающий курс, содержащий учебно-методические, теоретические материалы, информационные материалы для самостоятельной работы.

8 ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ
рабочей программы дисциплины Б1.В.02 Маркетинговый анализ отраслевых рынков
в составе ОПОП 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья

1. Рассмотрена и одобрена:
а) а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры менеджмента и маркетинга; протокол № <u>126</u> от <u>20.05.</u> 2021 Зав. кафедрой, канд. экон. наук, доцент <u></u> Е.А. Асташова
б) На заседании методической комиссии по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья; протокол № 11 от 24.05.2021 Председатель МКН – 19.04.02, канд. биол. наук, доцент <u></u> О.Н. Лазарева
2. Рассмотрение и одобрение представителями профессиональной сферы по профилю ОПОП:
Управляющий производственными площадками ООО «Сладуница» г. Омск <u></u> Л.Б. Иванюк
3. Рассмотрение и одобрение внешними представителями (органами) педагогического (научно-педагогического) сообщества по профилю дисциплины:

9. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ

**к рабочей программе дисциплины
представлены в приложении 10.**

**ПЕРЕЧЕНЬ
литературы, рекомендуемой для изучения дисциплины**

Автор, наименование, выходные данные	Доступ
Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1054208 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / Н.А. Казакова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 240 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/851 . - ISBN 978-5-16-005220-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1074062 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 142 с. - ISBN 978-5-394-04173-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1232040 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Карпова, С. В. Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития : монография / С.В. Карпова, Б.С. Касаев, Д.В. Климов. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 216 с. — (Научная книга). - ISBN 978-5-9558-0467-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/959881 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири /Куимов В.В., Суслова Ю.Ю., Щербенко Е.В. и др. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 268 с.: ISBN 978-5-7638-3149-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/550285 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Садриев, Д. С. Методические основы формирования маркетинговых каналов распределения готовой продукции : монография / Д. С. Садриев, Н. В. Андрианова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. - 180 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-009856-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1013468 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Слепенкова, Е. М. Маркетинговый анализ компаний на российских рынках: Сборник статей / Слепенкова Е.М. - Москва :МГУ имени М.В. Ломоносова, 2015. - 288 с.: ISBN 978-5-906783-09-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/672953 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 231 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1016648. - ISBN 978-5-16-015077-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1016648 . – Режим доступа: по подписке.	http://znanium.com
Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Финпресс, 1996 -	НСХБ

ПЕРЕЧЕНЬ
РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»
И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УНИВЕРСИТЕТА,
необходимых для освоения дисциплины

1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронные библиотечные системы - ЭБС), информационные справочные системы		
Наименование		Доступ
Электронно-библиотечная система издательства «Лань»		http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Электронная библиотека технического ВУЗа» («Консультант студента»)		http://www.studentlibrary.ru
Электронно-библиотечная система Znanium.com		http://znanium.com
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»		Локальная сеть университета
2. Электронные сетевые учебные ресурсы открытого доступа:		
Профессиональные базы данных		https://clck.ru/MC8Aq
3. Электронные учебные и учебно-методические ресурсы, подготовленные в университете:		
Автор(ы)	Наименование	Доступ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине**

1. Учебно-методическая литература			
Автор, наименование, выходные данные			Доступ
2. Учебно-методические разработки на правах рукописи			
Автор(ы)	Наименование		Доступ
3. Учебные ресурсы открытого доступа (МООК)			
Наименование МООК	Платформа	ВУЗ разработчик	Доступ (ссылка на МООК, дата последнего обращения)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по освоению дисциплины
представлены отдельным документом**

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,
используемые при осуществлении образовательного процесса
по дисциплине**

1. Программные продукты, необходимые для освоения учебной дисциплины		
Наименование программного продукта (ПП)	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данный продукт	
Пакет офисных программ	Лекции, практические занятия.	
2. Информационные справочные системы, необходимые для реализации учебного процесса		
Наименование справочной системы	Доступ	
Сводная энциклопедия Википедия	http://ru.wikipedia.org/wiki/	
Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	Учебные аудитории университета http://www.consultant.ru	
3. Специализированные помещения и оборудование, используемые в рамках информатизации учебного процесса		
Наименование помещения	Наименование оборудования	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данное помещение
Компьютерные классы с выходом в интернет	ПК, комплект мультимедийного оборудования	Самостоятельная работа студента ВАРС
4. Информационно-образовательные системы (ЭИОС)		
Наименование ЭИОС	Доступ	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данная система
ИОС ОмГАУ-Moodle	http://do.omgau.org	Самостоятельная работа студента

**МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Вид занятия	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Лекционные и семинарские занятия	Учебная аудитория для проведения лекционных, практических занятий и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций	Рабочее место преподавателя: Монитор, Компьютер (Процессор, клавиатура, мышь), Колонки. Рабочие места обучающихся. Демонстрационное оборудование: Проектор, Экран настенный
ВАРС	Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования	Рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся, оборудованные компьютерами с выходом в «Интернет». Демонстрационное оборудование: Принтер, Сканер, Копир. аппарат, Системный комплект arbyte МФУ, Многофункциональное устройство Kyocera TASKalfa 181, Доска ученическая.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ по дисциплине

1. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формы организации деятельности по дисциплине: лекция, семинарские и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, зачет.

У обучающихся ведутся лекционные занятия в интерактивной форме в виде лекции-визуализации. Семинарские занятия проводятся в виде: семинара-дискуссии; семинара-беседы.

В ходе изучения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить внеаудиторную работу, которая состоит из следующих видов работ: фиксированные виды работ, самостоятельное изучение тем, подготовка к текущему контролю.

По итогам изучения дисциплины осуществляется аттестация обучающихся в форме зачета.

Учитывая значимость дисциплины к ее изучению предъявляются следующие организационные требования:

- обязательное посещение обучающимся всех видов аудиторных занятий;
- ведение конспекта в ходе лекционных занятий;
- качественная самостоятельная подготовка к практическим занятиям, активная работа на них, выступление на семинарских занятиях;
- активная, ритмичная внеаудиторная работа обучающегося;
- своевременная сдача преподавателю отчетных материалов по аудиторным и внеаудиторным видам работ.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Специфика дисциплины состоит в том, что рассмотрение теоретических вопросов на лекциях тесно связано с практикумами и семинарскими занятиями. В этих условиях на лекциях особенно большое значение имеет реализация следующих задач:

- 1) глубокое осмысливание ряда понятий и положений, введенных в теоретическом курсе;
- 2) раскрытие прикладного значения теоретических сведений;
- 3) развитие творческого подхода к решению практических и некоторых теоретических вопросов;

- 4) закрепление полученных знаний путем практического использования;

Наряду с перечисленными выше образовательными целями, лекционные занятия должны преследовать и важные цели воспитательного характера, а именно:

- а) воспитание настойчивости в достижении конечной цели;
- б) воспитание дисциплины ума, аккуратности, добросовестного отношения к работе;
- в) воспитание критического отношения к своей деятельности, умения анализировать свою работу, искать оптимальный путь решения, находить свои ошибки и устранять их.

При изложении материала дисциплины преподавателю следует обратить внимание, во-первых, на то, что обучающиеся получили определенные знания в области экономики и управления человеческими ресурсами при изучении других учебных дисциплин, во-вторых, необходимо избегать дублирования материала с другими учебными дисциплинами, которые обучающиеся уже изучили либо которые предстоит им изучить.

Преподаватель должен четко дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, представить обучающим основное ее содержание в сжатом, систематизированном виде. Преподаватель должен излагать учебный материал с позиций междисциплинарного подхода, давать четкие определения понятийного аппарата, который используется при изучении дисциплины.

В учебном процессе преподаватель должен использовать активные и интерактивные формы обучения обучающихся, которые должны опираться на творческое мышление обучающихся, в наибольшей степени активизировать познавательную деятельность, делать их соавторами новых идей, приучать их самостоятельно принимать оптимальные решения и способствовать их реализации.

Информационная лекция, когда используется объяснительно-иллюстративный метод изложения, или *лекция-визуализация*, которая предполагает визуальную подачу материала средствами ТСО или аудио-, видеотехники с развитием или кратким комментированием демонстрируемых визуальных материалов.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По дисциплине рабочей программой предусмотрены семинарские занятия, которые проводятся в следующих формах: семинар-дискуссия; семинар-беседа; Семинары служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также отработки навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность:

- проверить, уточнить, систематизировать знания;
- овладеть терминологией и свободно ею оперировать;
- научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки;
- анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

Семинар призван укреплять интерес обучающегося к науке и научным исследованиям, научить связывать научно-теоретические положения с практической деятельностью. В процессе подготовки к семинару происходит развитие умений самостоятельной работы: развиваются умения самостоятельного поиска, отбора и переработки информации.

Семинар-дискуссия предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. *Семинар-диспут* проводится в форме диалогического общения участников. Он предполагает высокую умственную активность участников, прививает умение вести полемику, обсуждать материал, защищать взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать свои мысли.

Семинар-беседа - наиболее распространенный вид. Проводится в форме развернутой беседы по плану с кратким вступлением и заключением преподавателя, предполагает подготовку к занятиям всех обучающихся по всем вопросам плана семинара, позволяет вовлечь максимум студентов (слушателей) в активное обсуждение темы. Достигается это путем заслушивания развернутого выступления нескольких студентов (слушателей) по конкретным вопросам плана, дополнений других, рецензирования выступлений, постановки проблемных вопросов.

Работа в малых группах - это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем учащимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия).

Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным обучаемым, представляет различные мнения, чтобы развить дискуссию, стремясь направить ее в нужное направление. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит слушателей к коллективному выводу или обобщению.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. Самостоятельное изучение тем

По темам (вопросам) вынесенным на самостоятельное изучение, проводится опрос обучающихся на семинарских занятиях. Преподаватель в начале изучения дисциплины выдает обучающимся все темы для самостоятельного изучения, определяет сроки ВАРС и предоставления отчетных материалов преподавателю.

Преподавателю необходимо пояснить обучающимся общий алгоритм самостоятельного изучения тем:

- 1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме, с нормативно-правовыми актами (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
- 2) На этой основе составить развернутый план изложения темы.
- 3) Оформить отчетный материал в виде доклада или электронной презентации (по выбору студента) и выступить с ним на семинарском занятии.
- 4) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы.
- 5) Принять участие в указанном мероприятии, пройти рубежный контроль (опрос, тестирование) по разделу на аудиторном занятии.

4.2. Самоподготовка обучающихся к семинарским занятиям по дисциплине

Самоподготовка обучающихся к семинарским занятиям осуществляется в виде подготовки к тематическим дискуссиям на семинарах по заранее известным темам и вопросам на основе изучения лекционного материала, учебной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов, периодических изданий по теме занятия, подготовки докладов и электронных презентаций.

4.3. Организация выполнения и проверка реферата

Учебные задачи, которые должны быть решены обучающимся в рамках выполнения реферата:

- разработка инструментария в области экономических проблем и анализ их результатов;
- сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
- организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
- разработка теоретических и практических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

Обучающийся выбирает тему реферата самостоятельно (тема закрепляется за малой группой обучающихся в самом начале занятий). После выбора темы обучающиеся приступают к поиску литературы, опубликованной по данной тематике. Правильный, корректный подбор литературы по необходимой тематике – это первый и важнейший этап написания реферата. В случае неправильного подбора литературы у обучающегося может сложиться неверное мнение о состоянии рассматриваемого вопроса. Подобранная литература изучается в следующем порядке:

- знакомство с литературой, просмотр и выборочное чтение с целью получения общего представления о проблеме и структуре будущей работе;
- исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании в обязательном порядке указывается автор, название работы, место издания, издательство, год издания, страницы, последние изменения (если нормативный документ));
- обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата.

Использованная литература может быть различного характера: нормативно-правовые документы, монографии, учебники, диссертации, авторефераты, статьи из журналов, газет, ресурсы сети Интернет и др. Могут использоваться как отечественные, так и иностранные источники. Желательно, чтобы большинство литературных источников было опубликовано не позднее последних 5 лет. Это позволяет изучить современное состояние проблемы.

Критерии оценки реферата

При аттестации обучающихся по итогам их работы над рефератом руководителем используются критерии оценки качества процесса подготовки реферата, критерии оценки содержания реферата, критерии оценки оформления реферата, критерии оценки участия обучающегося в контрольно-оценочном мероприятии. Оценка по реферату расписывается преподавателем на обороте титульного листа.

1. Критерии оценки содержания реферата:

- степень раскрытия темы;
- самостоятельность и качество анализа теоретических положений;
- глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования;

- качество анализа объекта и предмета исследования;
- проработка литературы при написании реферата.

2 Критерии оценки оформления реферата:

- логика и стиль изложения;
- структура и содержание введения и заключения;
- объем и качество выполнения иллюстративного материала;
- качество ссылок;
- качество списка литературы;
- общий уровень грамотности изложения.

3. Критерии оценки качества подготовки реферата:

- способность работать самостоятельно;
- способность творчески и инициативно решать задачи;
- способность рационально планировать этапы и время выполнения реферата, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении реферата, находить оптимальные способы их решения;
- дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки отчетных материалов;
- способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов

исследований, демонстрация широты кругозора;

4. Критерии *оценки участия обучающегося* в контрольно-оценочном мероприятии:

- способность и умение публичного выступления с докладом;
- способность грамотно отвечать на вопросы;

Критерии общей оценки:

5. КОНТРОЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Входной контроль проводится с целью выявления реальной готовности студентов к освоению данной дисциплины за счет знаний, умений и компетенций, сформированных на предшествующих дисциплинах. Входной контроль проводится в виде письменного опроса, не предусматривает оценивания, направлен на корректировку лекционного материала.

В течение семестра на семинарских занятиях осуществляется текущий контроль в виде устного опроса, а также текущий контроль в виде устного опроса и тестирования.

Критерии оценки текущего контроля: отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно.

Форма промежуточной аттестации обучающихся – **зачёт**.

Участие обучающихся в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины.

Основные условия получения обучающимися зачёта:

- 100% посещение лекций и семинарских занятий.
- Подготовленность по темам, вынесенным на самостоятельное изучение и грамотные ответы на семинаре.
- Своевременное выполнение и представление фиксированных видов ВАРС (реферата/контрольной работы).

Плановая процедура получения обучающимися зачета:

1) Обучающийся представляет преподавателю учебное портфолио (систематизированную совокупность выполненных в течение периода обучения письменных работ и электронных материалов).

2). Преподаватель просматривает представленные материалы и записи в журнале учёта посещаемости и успеваемости обучающихся (выставленные ранее обучающемуся оценки по итогам текущего рубежного и итогового контроля и практических занятий). На основании данных оценок выставляется дифференцированный зачет.

3) Преподаватель выставляет оценку «зачтено» в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку обучающегося.

КАДРОВое ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**1. Требование ФГОС**

Квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина»

Агротехнологический факультет

ОПОП по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Б1.В.02. Маркетинговый анализ отраслевых рынков

Направленность (профиль) «Технология продуктов питания из растительного сырья
специального назначения»

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра -	Менеджмента и маркетинга
Разработчик, канд. с.-х. наук	Е.В. Фалалеева

ВВЕДЕНИЕ

1. Фонд оценочных средств по дисциплине является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины.

2. Фонд оценочных средств является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины.

3. При помощи ФОС осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине включает в себя: оценочные средства, применяемые для входного контроля; оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС; оценочные средства, применяемые для текущего контроля и оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины.

5. Разработчиками фонда оценочных средств по дисциплине являются преподаватели кафедры менеджмента и маркетинга, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины в университете. Содержательной основой для разработки ФОС послужила Рабочая программа дисциплины.

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины, персональный уровень достижения которых проверяется
с использованием представленных в п. 3 оценочных средств

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1	2	3	4	5	6
Профессиональные компетенции					
ПК-1	Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1} Способен проводить научно-исследовательские работы и маркетинговые исследования в области производства продукции из растительного сырья	основы маркетингового анализа отраслевых рынков	применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов

ЧАСТЬ 2. ОБЩАЯ СХЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ХОДА И РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общие критерии оценки и реестр применяемых оценочных средств

2.1 Обзорная ведомость-матрица оценивания хода и результатов изучения учебной дисциплины в рамках педагогического контроля

Категория контроля и оценки		Режим контрольно-оценочных мероприятий				
		само- оценка	взаимо- оценка	Оценка со стороны		Комис- сионная оценка
				препода- вателя	представителя производства	
		1	2	3	4	5
Входной контроль	1			тестирование		
Индивидуализация выполнения*, контроль фиксированных видов ВАРС:	2					
- Реферат	2.1	темы реферата				
- Контрольная работа	2.2	темы контрольной работы				
Текущий контроль:	3					
- Самостоятельное изучение тем				опрос		
- в рамках обще-университетской системы контроля успеваемости	3.2					
Промежуточная аттестация* обучающихся по итогам изучения дисциплины	4			Тестирование зачет		
* данным знаком помечены индивидуализируемые виды учебной работы						

2.2 Общие критерии оценки хода и результатов изучения учебной дисциплины

1. Формальный критерий получения обучающимися положительной оценки по итогам изучения дисциплины:	
1.1 Предусмотренная программа изучения дисциплины обучающимся выполнена полностью до начала процесса промежуточной аттестации	1.2 По каждой из предусмотренных программой видов работ по дисциплине обучающийся успешно отчитался перед преподавателем, демонстрируя при этом должный (не ниже минимально приемлемого) уровень сформированности элементов компетенций
2. Группы неформальных критериев качественной оценки работы обучающегося в рамках изучения дисциплины:	
2.1 Критерии оценки качества хода процесса изучения обучающимся программы дисциплины (текущей успеваемости)	2.2. Критерии оценки качества выполнения конкретных видов ВАРС
2.3 Критерии оценки качественного уровня итоговых результатов изучения дисциплины	2.4. Критерии аттестационной оценки качественного уровня результатов изучения дисциплины

2.3 РЕЕСТР
элементов фонда оценочных средств по учебной дисциплине

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для входного контроля	Тестовые вопросы для проведения входного контроля
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы входного контроля
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС	Перечень тем для написания реферата (контрольной работы)
	Критерии оценки выполнения реферата (контрольной работы)
3. Средства для текущего контроля	Вопросы для самостоятельного изучения темы
	Общий алгоритм самостоятельного изучения темы
	Критерии оценки самостоятельного изучения темы
4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Тестовые вопросы для проведения итогового тестирования
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы

2.4 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				Не зачтено	Зачтено			
				Характеристика сформированности компетенции				
				Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.			
Критерии оценивания								
ПК-1 Способен использовать современные достижения науки и передовой технологии	ИД-1 _{ПК-1}	Полнота знаний	Знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Не знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков	Слабо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; Хорошо знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков; В совершенстве знает основы маркетингового анализа отраслевых рынков.			Тест, опрос, реферат, контрольная работа
		Наличие умений	Умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Недостаточно умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве умеет применять методы маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Не владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов	Слабо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; Хорошо владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов; В совершенстве владеет навыками применения методов маркетингового анализа для внедрения новых продуктов.			

ЧАСТЬ 3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Часть 3.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

3.1.1 . Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА рефератов

1. Понятие и особенности бенчмаркинга в России и за рубежом;
2. Оценка эффективности рекламного воздействия на потребителя;
3. Инструменты и методы маркетинговых исследований;
4. Значение маркетинговых исследований для деятельности предприятия;
5. Международные маркетинговые исследования;
6. Брэнд: сущность и значение;
7. Методы изучения деятельности фирм-конкурентов;
8. Информационные маркетинговые системы;
9. Организация маркетинговых исследований в пищевой промышленности;
10. Особенности проведения маркетингового анализа.

Этапы работы над рефератом

Выбор темы. Очень важно правильно выбрать тему. Выбор темы не должен носить формальный характер, а иметь практическое и теоретическое обоснование.

Автор реферата должен осознанно выбрать тему с учетом его познавательных интересов или он может увязать ее с темой будущей магистерской работы. В этом случае магистранту предоставляется право самостоятельного (с согласия преподавателя) выбора темы реферата из списка тем, рекомендованных кафедрой по данной дисциплине (см. выше). При этом весьма полезными могут оказаться советы и обсуждение темы с преподавателем, который может оказать помощь в правильном выборе темы и постановке задач.

Если интересующая тема отсутствует в рекомендательном списке, то по согласованию с преподавателем обучающемуся предоставляется право самостоятельно предложить тему реферата, раскрывающую содержание изучаемой дисциплины. Тема не должна быть слишком общей и глобальной, так как небольшой объем работы (от 25 страниц) не позволит раскрыть ее.

При выборе темы необходимо учитывать полноту ее освещения в имеющейся научной литературе. Для этого можно воспользоваться тематическими каталогами библиотек и библиографическими указателями литературы, периодическими изданиями и ежемесячными указателями психолого - педагогической литературы, либо справочно-библиографическими ссылками изданий посвященных данной теме.

После выбора темы составляется список изданной по теме (проблеме) литературы, опубликованных статей, необходимых справочных источников.

Знакомство с любой научной проблематикой следует начинать с освоения имеющейся основной научной литературы. При этом следует сразу же составлять библиографические выходные данные (автор, название, место и год издания, издательство, страницы) используемых источников. Названия работ иностранных авторов приводятся только на языке оригинала.

Начинать знакомство с избранной темой лучше всего с чтения обобщающих работ по данной проблеме, постепенно переходя к узкоспециальной литературе.

На основе анализа прочитанного и просмотренного материала по данной теме следует составить тезисы по основным смысловым блокам, с пометками, собственными суждениями и оценками. Предварительно подобранный в литературных источниках материал может превышать необходимый объем реферата, но его можно использовать для составления плана реферата.

Составление плана. Автор по предварительному согласованию с преподавателем может самостоятельно составить план реферата, с учетом замысла работы, либо взять за основу рекомендуемый план, приведенный в данных методических указаниях по соответствующей теме. Правильно построенный план помогает систематизировать материал и обеспечить последовательность его изложения.

Наиболее традиционной является следующая структура реферата:

Титульный лист.

Оглавление (план, содержание).

Введение.

Глава 1 (полное наименование главы).

1.1. (полное название параграфа, пункта);

1.2. (полное название параграфа, пункта).

Глава 2 (полное наименование главы).

2.1. (полное название параграфа, пункта);

2.2. (полное название параграфа, пункта).

Заключение (или выводы).

Список использованной литературы.

Приложения (по усмотрению автора).

Основная часть

Титульный лист заполняется по единой форме (Приложение 1).

Оглавление (план, содержание) включает названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

Введение. В этой части реферата обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели работы и основные вопросы, которые предполагается раскрыть в реферате, указываются используемые материалы и дается их краткая характеристика с точки зрения полноты освещения избранной темы. Объем введения не должен превышать 1-1,5 страницы.

Основная часть реферата может быть представлена одной или несколькими главами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, раздела).

Здесь достаточно полно и логично излагаются главные положения в используемых источниках, раскрываются все пункты плана с сохранением связи между ними и последовательности перехода от одного к другому.

Автор должен следить за тем, чтобы изложение материала точно соответствовало цели и названию главы (параграфа). Материал в реферате рекомендуется излагать своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. В тексте обязательны ссылки на первоисточники, т.е. на тех авторов, у которых взят данный материал в виде мысли, идеи, вывода, числовых данных, таблиц, графиков, иллюстраций и пр.

Работа должна быть написана грамотным литературным языком. Сокращение слов в тексте не допускается, кроме общеизвестных сокращений и аббревиатуры. Каждый раздел рекомендуется заканчивать кратким выводом.

Заключение (выводы). В этой части обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы, указывается, что нового лично для себя вынес автор реферата из работы над ним. Выводы делаются с учетом опубликованных в литературе различных точек зрения по проблеме рассматриваемой в реферате, сопоставления их и личного мнения автора реферата. Заключение по объему не должно превышать 1,5-2 страниц.

Приложения могут включать графики, таблицы, расчеты. Они должны иметь внутреннюю (собственную) нумерацию страниц.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Процедура оценивания

При аттестации магистранта по итогам его работы над рефератом, руководителем используются критерии оценки качества **процесса подготовки реферата**, критерии оценки **содержания реферата**, критерии оценки **оформления реферата**, критерии оценки **участия обучающегося в контрольно-оценочном мероприятии**.

1. **Критерии оценки содержания реферата:** степень раскрытия темы; самостоятельность и качество анализа теоретических положений; глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования; качество анализа объекта и предмета исследования; проработка литературы при написании реферата.

2. **Критерии оценки оформления реферата:** логика и стиль изложения; структура и содержание введения и заключения; объем и качество выполнения иллюстративного материала; качество ссылок и списка литературы; общий уровень грамотности изложения.

3. **Критерии оценки качества подготовки реферата:** способность работать самостоятельно; способность творчески и инициативно решать задачи; способность рационально планировать этапы и время выполнения реферата, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении реферата, находить оптимальные способы их решения; дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки реферата; способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов исследований, демонстрация широты кругозора;

5. Критерии оценки участия бакалавра в контрольно-оценочном мероприятии: способность и умение публичного выступления с докладом; способность грамотно отвечать на вопросы;

7.1.1. Шкала и критерии оценивания

– оценка «зачтено» по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность, наглядность представления, полные ответы на вопросы;

– оценка «не зачтено» по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Оценка по реферату расписывается преподавателем в оценочном листе. (Приложение 2)

Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

Контрольная работа предусматривает: изложение информации по одной из тем в электронной форме (виде презентации)

Тематика контрольных работ

Тема: Содержание и направления маркетинговых исследований
1. Сущность маркетинговых исследований
2. Виды маркетинговых исследований
3. Принципы проведения маркетинговых исследований
Тема: Маркетинговая информация
1. Классификация маркетинговой информации
2. Принципы сбора маркетинговой информации
Тема: Методы сбора первичной маркетинговой информации
1. Опрос как метод сбора первичной информации
2. Порядок разработки анкеты
3. Экспертный метод в маркетинговых исследованиях
Тема: Процесс маркетинговых исследований
1. Общая характеристика маркетинговых исследований
2. Разработка концепции исследования
3. Отбор источников информации
Тема: Обработка и анализ маркетинговой информации
1. Подготовка данных для маркетинговой информации
2. Типы шкал, сводки и группировки данных в маркетинговых исследованиях
3. Ряды распределения и табулирование маркетинговых данных
4. Анализ и обработка экспертных оценок
5. Методы корреляционного и регрессионного анализа в маркетинговых исследованиях
Тема: Отчет о маркетинговых исследованиях
1. Назначение маркетингового отчета
2. Структура письменного отчета
3. Презентация и графическое представление отчета
Тема: Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия
1. Анализ микросреды предприятия
2. Анализ макросреды предприятия
3. Исследование аутосреды предприятия
Тема: Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка
1. Структура агропродовольственного рынка
2. Порядок оценки конъюнктуры агропродовольственного рынка
Тема: Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров
1. Основы маркетинговых исследований потребителей
2. Факторы, оказывающие влияние на выбор потребителями продукции
Тема: Маркетинговые исследования конкурентов
1. Конкурентная среда сельскохозяйственного предприятия
2. Элементы анализа конкурентов
3. Построение конкурентной карты рынка
4. Бенчмаркетинг
1. Исследование рекламы
2. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта

Шкала и критерии оценивания

– оценка «зачтено» присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность презентации;

присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов;

присваивается за неполное раскрытие темы, не соответствии критериям оформления, затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «не зачтено» присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

3.1.2. ВОПРОСЫ для проведения входного контроля

1. Дайте определение понятия «Рынок предприятия».
2. Дайте определение понятия «спрос» и его графическую интерпретацию.
3. Дайте определение понятия «предложение» и его графическую интерпретацию.
4. Дайте определение понятия «цена рыночного равновесия».
5. Дайте определение понятия «издержки производства».
6. Дайте определение понятия «себестоимость продукции» и методы ее определения.
7. Дайте определение понятия «глобализация экономики»
8. Внутренняя среда организации.
9. Внешняя среда организации.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ответов на вопросы входного контроля

Оценка «зачтено» - обучающийся правильно, аргументировано ответил на все вопросы задаваемые преподавателем, если необходимо, то привел примеры / В ответах магистранта были несущественные недочеты / Обучающийся изначально затруднился ответить на вопрос, но при получении от преподавателя «наводящего» вопроса дал приемлемый ответ

Оценка «не зачтено» - обучающийся не ответил на вопросы, задаваемые преподавателем / Обучающийся ответил на вопросы не по существу (дал неправильный ответ)

3.1.3 Средства для текущего контроля

ВОПРОСЫ для самостоятельного изучения тем

Номер раздела дисциплины	Тема в составе раздела / вопрос в составе темы раздела, вынесенные на самостоятельное изучение	Расчетная трудоемкость, час.	Форма текущего контроля по теме
1	2	3	4
Очное обучение			
1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	2	опрос
	1.2 Маркетинговая информация	2	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	2	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	2	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	2	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	2	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	2	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	2	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	2	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	2	опрос
Заочное обучение			
1	1.1 Содержание и направления маркетинговых исследований	4	опрос

	1.2 Маркетинговая информация	4	опрос
	1.3 Методы сбора первичной маркетинговой информации	4	опрос
	1.4 Процесс маркетинговых исследований	8	опрос
2	2.1 Обработка и анализ маркетинговой информации	8	опрос
	2.2 Отчет о маркетинговых исследованиях	8	опрос
3	3.1 Исследование среды маркетинга сельскохозяйственного предприятия	8	опрос
	3.2 Маркетинговые исследования агропродовольственного рынка	8	опрос
	3.3 Маркетинговые исследования потребителей продовольственных товаров	8	опрос
	3.4 Маркетинговые исследования конкурентов	8	опрос
	3.5 Исследования маркетинговых коммуникаций	8	опрос

ОБЩИЙ АЛГОРИТМ самостоятельного изучения темы

1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
2) На этой основе составить развёрнутый план изложения темы
3) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы (опрос)
4) Принять участие в указанном мероприятии

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ самостоятельного изучения темы

Оценку «отлично» получает студент, который дает логичный, грамотный ответ. Студенту необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала, быстро ориентироваться, отвечая на дополнительные вопросы. Оценку «хорошо» заслуживает студент, твердо знающий материал занятия, грамотно и по существу отвечает на вопросы. Не допускает существенных неточностей при ответах на вопросы. Оценку «удовлетворительно» получает студент, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает затруднения при решении практических задач. В ответах на поставленные вопросы студентом допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки, нарушена последовательность в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» говорит о том, что студент не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах.

3.1.4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

- Если наличие заменителей уменьшает ценность товара, то комплементарные товары способствуют его ценности
 - снижению
 - возрастанию
 - изменению
- А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф внесли в модель анализа конкурентов шестой элемент -
 - новые товары
 - потенциальные конкуренты
 - новые потребители
 - комплементарные товары
- Р. Д'Авени трактует «гиперконкуренцию» как отраслевую среду, для которой характерны
 - интенсивные и быстрые действия конкурентов
 - наличие сильных конкурентов

- в) нестандартные действия конкурентов
- г) большое количество конкурентов

4. Одним из самых больших преимуществ «теории игр» является то, что

- а) отношения между фирмами рассматриваются как исключительно конкурентные по своей природе
- б) деловые отношения рассматриваются как некий компромисс между конкуренцией и кооперацией
- в) конкуренция и сотрудничество рассматриваются как простая противоположность

Выберите не менее двух правильных ответов

5. Вклад «теории игр» в стратегический анализ можно оценить следующими аспектами:

- а) указывает на стратегии, способные улучшить структуру и результат игры
- б) позволяет структурировать стратегические решения
- в) позволяет понять ситуации, связанные с конкуренцией и заключением торговых сделок, благодаря чему можно прогнозировать исход конкурентных ситуаций и последовательность стратегических шагов любого игрока.

г) конкуренция приносит игрокам худшие результаты, чем могло бы принести сотрудничество

6. К «отраслям Шумпетера» относятся:

- а) динамично развивающиеся отрасли
- б) отрасли с инновационными и совершенствующимися товарами
- в) отрасли на завершающем этапе жизненного цикла
- г) промышленность

7. В «теории игр» конкурентная ситуация описывается с точки зрения

- а) экономической ситуации в стране
- б) последовательности действий конкурентов
- в) уточнения выигрыша в каждой комбинации вариантов
- г) идентификации игроков

8. Модель пяти сил конкуренции М. Портера включает:

- а) товары-заменители
- б) уровень жизни населения
- в) сила поставщиков
- г) состояние экономики страны, региона

9. Сбор данных о конкурентах преследует цели:

- а) анализ изменений окружающей среды и их прогнозирование
- б) прогнозирование вероятных реакций конкурентов на стратегические инициативы фирмы
- в) прогнозирование будущих стратегий и решений конкурентов
- г) формирование базы данных о конкурентах

Дополните выражение

10. Передача конкурентам или покупателям информации, предназначенной для того, чтобы повлиять на их восприятие – это

11. Чтобы предсказать поведение конкурента, необходимо ответить на вопрос:

12. Процесс декомпозиции отрасли на отдельные рынки называют ...

13. Метод, позволяющий анализировать вертикальную структуру прибыльности носит название....

14. Группа фирм одной отрасли, придерживающаяся одинаковых или сходных по каким-либо критериям стратегий – это ...

15. Менее полезен анализ стратегических групп в качестве инструмента для анализа....

16. Установите последовательность анализа рыночной сегментации

- а. Выбор широты охвата рыночных сегментов
- б. Построение матрицы сегментации
- в. Определение ключевых факторов успеха в рыночном сегменте
- г. Определение основных переменных сегментации

д. Анализ привлекательности рыночного сегмента

17. Установите последовательность построения карт объединения прибылей по методике консалтинговой фирмы Bain&Company

- а. Оценка общего размера объединения
- б. Проверка вычислений
- в. Измерение прибыли для каждого вида деятельности в цепочке создания ценности в данном пуле
- г. Определение границ объединения

18. Определить соответствие этапов анализа рыночной сегментации их содержанию

1. Определение основных переменных сегментации	а) Анализируя критерии, которыми руководствуются покупатели при покупке, и причины конкуренции внутри отдельного рыночного сегмента, определяются ключевые факторы успеха.
2. Построение матрицы сегментации	б) Если ключевые факторы успеха различаются, то фирме необходимо прибегнуть к стратегиям, отличным от других фирм, и она должна решить, желает ли она специализироваться в своем сегменте или конкурировать в рамках нескольких сегментов
3. Анализ привлекательности рыночного сегмента	в) Решение о сегментации основывается на выборе клиентов и предлагаемых им товаров и услуг, характеристики которых наиболее отчетливо делят рынок как среди покупателей — субституция со стороны спроса, так и производителей — субституция со стороны предложения.
4. Определение ключевых факторов успеха в рыночном сегменте	г) Прибыльность рыночного сегмента определяется теми же структурными силами, что и прибыльность отрасли в целом. Если будет понятно, какие факторы определяли прибыльность сегмента в прошлом, можно прогнозировать прибыльность этого рынка в будущем.
5. Выбор широты охвата рыночных сегментов	д) Как только выбраны переменные для сегментации и выделены отдельные категории для каждой из них, переходят к определению индивидуальных сегментов, с помощью двумерной или трехмерной матрицы.

19. Определить соответствие этапов построения карт объединения прибылей их содержанию

1. Определение границ объединения	а) Сравнение агрегированной прибыли по каждому виду деятельности с совокупной прибылью всей отрасли.
2. Оценка общего размера объединения	б) Получение данных о фирмах, специализирующихся на одном виде деятельности в цепочке создания ценности, и выделение отдельно фирм, осуществляющих несколько видов деятельности.
3. Измерение прибыли для каждого вида деятельности в цепочке создания ценности в данном пуле.	в) Размер совокупной отраслевой прибыли оценивается по отраслевым финансовым отчетам или по средней прибыли, полученной выборкой компаний.
4. Проверка вычислений	г) Определение диапазона видов деятельности, увеличивающих стоимость в секторе бизнеса

20. Установите последовательность прогнозирования вероятного поведения конкурента по объектам:

- а. Предпосылки
- б. Стратегия
- в. Прогноз
- г. Цели
- д. Ресурсы и способности

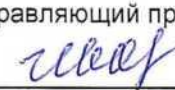
ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

ответов на тестовые вопросы тестирования по итогам освоения дисциплины

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 81% правильных ответов.
- оценка «хорошо» - получено от 71 до 80% правильных ответов.
- оценка «удовлетворительно» - получено от 61 до 70% правильных ответов.
- оценка «неудовлетворительно» - получено менее 61% правильных ответов.

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ»	
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл заключительное тестирование; 3) подготовил полнокомплектное учебное портфолио.
Процедура получения зачёта -	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ
Фонд оценочных средств учебной дисциплины Б1.В.02 Маркетинговый анализ отраслевых рынков
в составе ОПОП 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья

1). Рассмотрен и одобрен в качестве базового варианта:
а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры менеджмента и маркетинга; протокол № <u>128</u> от <u>20.05</u> . 2021 Зав. кафедрой, канд. экон. наук, доцент <u></u> Е.А. Асташова
б) На заседании методической комиссии по направлению 19.04.02 Продукты питания из растительного сырья; протокол № 11 от 24.05.2021 Председатель МКН – 19.04.02, канд. биол. наук, доцент <u></u> О.Н. Лазарева
2) Рассмотрен и одобрен внешним экспертом
Управляющий производственными площадками ООО «Сладуница» г. Омск <u></u> Л.Б. Иванюк

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к фонду оценочных средств учебной дисциплины
в составе ОПОП 19.04.02

Ведомость изменений

Срок, с которого вводится изменение	Номер и основное содержание изменения и/или дополнения	Отметка об утверждении/согласовании изменений	
		инициатор изменения	руководитель ОПОП или председатель МКН

**ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к рабочей программе дисциплины
в составе ОПОП**

Ведомость изменений

№ п/п	Вид обновлений	Содержание изменений, вносимых в ОПОП	Обоснование изменений
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			