

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Комарова Светлана Юрьевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 05.10.2023 13:20:23

Уникальный программный ключ:

43ba42f5deae4116bbfcb9ac98e39108031227e81ad1307cbee4149f2098d7a

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина»**

**Агротехнологический факультет**

**ОПОП по направлению подготовки  
35.04.04 Агрономия**

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**по освоению учебной дисциплины**

**Б1.В.ДВ.02.01 Маркетинг экологических и региональных продуктов**

**Направленность «Устойчивое сельское хозяйство и развитие сельских территорий»**

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра -

**Менеджмента и маркетинг**

Разработчик,  
канд. экон. наук, доцент

**А.В. Зинич**

## **ВВЕДЕНИЕ**

1. Настоящее издание является основным организационно-методическим документом учебно-методического комплекса по дисциплине в составе основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО). Оно предназначено стать для них методической основой по освоению данной дисциплины.

2. Содержательной основой для разработки настоящих методических указаний послужила Рабочая программа дисциплины, утвержденная в установленном порядке.

3. Методические аспекты развиты в учебно-методической литературе и других разработках, входящих в состав УМК по данной дисциплине.

4. Доступ обучающихся к электронной версии Методических указаний по изучению дисциплины, обеспечен в информационно-образовательной среде университета.

При этом в электронную версию могут быть внесены текущие изменения и дополнения, направленные на повышение качества настоящих методических указаний.

### **Уважаемые обучающиеся!**

Приступая к изучению новой для Вас учебной дисциплины, начните с вдумчивого прочтения разработанных для Вас кафедрой специальных методических указаний. Это поможет Вам вовремя понять и правильно оценить ее роль в Вашем образовании.

Ознакомившись с организационными требованиями кафедры по этой дисциплине и соизмерив с ними свои силы, Вы сможете сделать осознанный выбор собственной тактики и стратегии учебной деятельности, уберечь самих себя от неразумных решений по отношению к ней в начале семестра, а не тогда, когда уже станет поздно. Используя эти указания, Вы без дополнительных осложнений подойдете к промежуточной аттестации по этой дисциплине. Успешность аттестации зависит, прежде всего, от Вас. Ее залог – ритмичная, целенаправленная, вдумчивая учебная работа, в целях обеспечения которой и разработаны эти методические указания.

## 1. Место учебной дисциплины в подготовке выпускника

Учебная дисциплина относится к дисциплинам ОПОП университета, состав которых определяется вузом и требованиями ФГОС.

**Цель дисциплины** – формирование у обучающихся представлений о существующих товарных знаках, назначении и использовании экомаркировки, а также о способах продвижения экологической и региональной продукции сельских территорий.

### **В ходе освоения дисциплины обучающийся должен:**

иметь целостное представление об основах коммерциализации инноваций  
владеть: навыками самостоятельной разработки проектных решений в сфере маркетинга; навыками разработки маркетинговых стратегий региона.

знать: сущность и роль проектных решений в условиях неопределенности; сущность и содержание стратегий маркетинга.

уметь: разрабатывать методические и нормативные документы; планировать мероприятия маркетинговой стратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями.

### **1.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в результате освоения учебной дисциплины:**

| 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                                                                                                       |
| <b>Рекомендуемые профессиональные компетенции</b>            |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                |                                                                                                                                     |                                                                                                         |
| ПК-10                                                        | Способен определить объёмы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка | ИД1 - Обладает способностью разрабатывать сбытовую политику организации, региона, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров экологических и региональных продуктов | Сущность современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной растениеводческой продукции | Выявлять современные проблемы в сфере производства безопасной растениеводческой продукции.                                          | выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции. |
|                                                              |                                                                                                                   | ИД2 - Анализирует создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов-потребителей территории посредством формирования и поддержания притягательности, престижа территории (места) в целом              | Основные достижения мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов                                    | Проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов | Проведения научных исследований                                                                         |

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

| Шифр и название компетенции                                                                                             | Код индикатора достижений компетенции                                                                                                                                                                                           | Этапы формирования компетенций в рамках дисциплины | Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)                                                                | Уровни сформированности компетенций                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         | Формы и средства контроля формирования компетенций |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|----------------------------------------------------|
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                    |                                                                                                                          | компетенция не сформирована                                                                                                                                                  | минимальный                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | средний | высокий |                                                    |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                    |                                                                                                                          | Шкала оценивания                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |                                                    |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                    |                                                                                                                          | не зачтено                                                                                                                                                                   | зачтено                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |         |                                                    |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                    |                                                                                                                          | Обучающийся не знает значительной части материала по дисциплине, допускает существенные ошибки в ответах, не может решить практические задачи или решает их с затруднениями. | 1.Получает обучающийся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, испытывает затруднения при решении практических задач. В ответах на поставленные вопросы обучающимся допущены неточности, даны недостаточно правильные формулировки, нарушена последовательность в изложении программного материала.<br>2.Заслуживает обучающийся, твердо знающий программный материал дисциплины, грамотно и по существу излагающий его. Не следует допускать существенных неточностей при ответах на вопросы, необходимо правильно применять теоретические положения при решении практических задач, владеть определенными навыками и приемами их выполнения.<br>3.Выставляют обучающемуся, глубоко и прочно освоившему теоретический и практический материал дисциплины. Ответ должен быть логичным, грамотным. Обучающемуся необходимо показать знание не только основного, но и дополнительного материала, быстро ориентироваться, отвечая на дополнительные вопросы. Обучающийся должен свободно справляться с поставленными задачами, правильно обосновывать принятые решения. |         |         |                                                    |
| Критерии оценивания                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                    |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |                                                    |
| ПК-10 Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка | ИД1 - Обладает способностью разрабатывать сбытовую политику организации, региона, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров экологических и региональных продуктов | НФ                                                 | Знает сущность современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной                 | Не знает сущность современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной                                                                  | 1. Поверхностно ориентируется в сущности современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной<br>2. Свободно ориентируется в сущности современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной<br>3. В совершенстве владеет информацией в сфере выявления проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |         | Тестирование; практические задания                 |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 | ПФ                                                 | Умеет выявлять современные проблемы в сфере производства безопасной растениеводческой продукции.                         | Не умеет выявлять современные проблемы в сфере производства безопасной растениеводческой продукции.                                                                          | 1. Имеет представление о выявлении современных проблем в сфере производства безопасной растениеводческой продукции.<br>2. Умеет осуществлять совместную деятельность<br>3. Умеет кооперироваться в совместной деятельности с коллегами для деятельности в условиях неопределенности и риска.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |         |                                                    |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 | ЗФ                                                 | Владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции. | Не владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции.                                                  | 1. Поверхностно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции.<br>2. Хорошо владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции.<br>3. Свободно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |         |         |                                                    |

|  |                                                                                                                                                                                                                    |    |                                                                                                                                           |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                    |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|  | ИД2 - Анализирует создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов-потребителей территории посредством формирования и поддержания притягательности, престижа территории (места) в целом | НФ | Знает основные достижения мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов                                         | Не знает основные достижения мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов                                         | 1. Поверхностно ориентируется в основных достижениях мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов<br>2. Свободно ориентируется в основных достижениях мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов<br>3. В совершенстве ориентируется в основных достижениях мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов                                                                                                             | Тестирование; практические задания |
|  |                                                                                                                                                                                                                    | ПФ | Умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов | Не умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов | 1. Имеет представление о сборе и анализе первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов<br>2. Умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов<br>3. Умеет кооперироваться в совместной деятельности с коллегами для сбора и анализа первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов |                                    |
|  |                                                                                                                                                                                                                    | ЗФ | Владеет методиками проведения научных исследований                                                                                        | Не владеет методиками проведения научных исследований                                                                                        | 1. Поверхностно владеет методиками проведения научных исследований.<br>2. Хорошо владеет методиками проведения научных исследований<br>3. Свободно владеет навыками выбора эффективных методик проведения научных исследований.                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                    |

## 2. Структура учебной работы, содержание и трудоёмкость основных элементов дисциплины

### 2.1 Организационная структура, трудоёмкость и план изучения дисциплины

| Вид учебной работы                                                                                                                                        | Трудоёмкость<br>в т.ч. по семестрам<br>обучения |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------|
|                                                                                                                                                           | 1 сем.                                          | 2 сем. |
|                                                                                                                                                           |                                                 |        |
| <b>1. Аудиторные занятия, всего</b>                                                                                                                       | 2                                               | 8      |
| - Лекции                                                                                                                                                  | 2                                               | 2      |
| - Практические занятия (включая семинары)                                                                                                                 |                                                 | 6      |
| - Лабораторные занятия                                                                                                                                    |                                                 |        |
| <b>2. Внеаудиторная академическая работа студентов</b>                                                                                                    | 34                                              | 60     |
| <b>2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:</b>                                                                                        |                                                 |        |
| Выполнение и сдача/защита индивидуального/группового задания в виде* групповой презентации                                                                |                                                 | 6      |
| <b>2.2 Самостоятельное изучение тем/вопросов программы</b>                                                                                                | 34                                              | 26     |
| <b>2.3 Самоподготовка к аудиторным занятиям</b>                                                                                                           |                                                 | 16     |
| <b>2.4 Самоподготовка к участию и участие в контрольно-оценочных мероприятиях: контрольное тестирование</b>                                               |                                                 | 12     |
| <b>Вид итогового контроля: зачет</b>                                                                                                                      |                                                 | 4      |
| * КР/КП, реферата/эссе/презентации, контрольной работы (для студентов заочной формы обучения), расчетно-графической (расчетно-аналитической) работы и др. |                                                 |        |

### 2.2. Укрупнённая содержательная структура учебной дисциплины и общая схема её реализации в учебном процессе

| Номер и наименование<br>раздела дисциплины.<br>Укрупнённые темы раздела |                                                                                                                  | Трудоёмкость раздела и её распре-<br>деление по видам учебной работы,<br>час. |                   |        |                             |                   |       | Форма рубежного кон-<br>троля по разделу | №№ компетенций, на<br>формирование которых<br>ориентирован раздел |                         |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------|-----------------------------|-------------------|-------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                         |                                                                                                                  | Общая                                                                         | Аудиторная работа |        |                             | ВАРС              |       |                                          |                                                                   |                         |
|                                                                         |                                                                                                                  |                                                                               | всего             | лекции | занятия                     |                   | всего |                                          |                                                                   | Фиксирован-<br>ные виды |
|                                                                         |                                                                                                                  |                                                                               |                   |        | практические<br>(всех форм) | лабора-<br>торные |       |                                          |                                                                   |                         |
| 1                                                                       |                                                                                                                  | 2                                                                             | 3                 | 4      | 5                           | 6                 | 7     | 8                                        | 9                                                                 | 10                      |
| Заочная форма обучения                                                  |                                                                                                                  |                                                                               |                   |        |                             |                   |       |                                          |                                                                   |                         |
| 1                                                                       | РАЗДЕЛ 1 ЭКОМАРКИРОВКА КАК МЕ-<br>ТОД ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИ-<br>РОВАНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ                     | 33                                                                            | 2                 |        | 2                           | -                 | 31    | -                                        | Тестирование                                                      | ПК-10                   |
| 2                                                                       | РАЗДЕЛ 2 МАРКЕТИНГ ЭКОЛОГИЧЕ-<br>СКИХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДУК-<br>ТОВ КАК КЛЮЧЕВОЙ ОБЪЕКТ РЫНКА                    | 35                                                                            | 4                 | 2      | 2                           | -                 | 31    |                                          | Тестирование                                                      | ПК-10                   |
| 3                                                                       | РАЗДЕЛ 3 ПРОГРЕССИВНЫЕ ИН-<br>СТРУМЕНТЫ И ФОРМЫ РАЗВИТИЯ<br>МАРКЕТИНГА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И<br>РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ | 36                                                                            | 4                 | 2      | 2                           | -                 | 32    | -                                        | Тестирование                                                      | ПК-10                   |
| Итого по учебной дисциплине                                             |                                                                                                                  | 108                                                                           | 10                | 4      | 6                           | -                 | 94    | -                                        |                                                                   |                         |

### 3. Общие организационные требования к учебной работе обучающегося

#### 3.1. Организация занятий и требования к учебной работе обучающегося

Организация занятий по дисциплине носит циклический характер. По разделам предусмотрена взаимоувязанная цепочка учебных работ: лекция – самостоятельная работа обучающихся (аудиторная и внеаудиторная). На занятиях студенческая группа получает задания и рекомендации.

Для своевременной помощи обучающимся при изучении дисциплины кафедрой организуются индивидуальные и групповые консультации, устанавливается время приема выполненных работ.

Учитывая статус дисциплины к её 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;
- активная, ритмичная самостоятельная аудиторная и внеаудиторная работа обучающегося в соответствии с планом-графиком, представленным в таблице 2.4; своевременная сдача преподавателю отчетных документов по аудиторным и внеаудиторным видам работ;
- в случае наличия пропущенных обучающимся занятий, необходимо получить консультацию по подготовке и оформлению отдельных видов заданий.

Для успешного освоения дисциплины, обучающемуся предлагаются учебно-информационные источники в виде учебной, учебно-методической литературы по всем разделам.

### 4. Лекционные занятия

Для изучающих дисциплину читаются лекции в соответствии с планом, представленным в таблице 3.

Таблица 3 - Лекционный курс.

| Номер                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        | Тема лекции. Основные вопросы темы                                                                                                                                                                                                                                                    | Трудоемкость по раз-<br>делу,<br>час. |                  | Применяемые ин-<br>терактивные фор-<br>мы |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------|-------------------------------------------|
| раздела                                                                                                                                                                                                                                                                                               | лекции |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                       | Заочная<br>форма |                                           |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1      | Тема 3. Современное состояние и маркетинга экологических и региональных продуктов в России<br>3.1 Основные этапы развития эко маркетинга<br>3.2 Маркетинг экологических и региональных продуктов сельских территорий<br>3.3 Система бенчмаркинга как основа позиционирования на рынке |                                       | 2                | Традиционная лекция                       |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2      | Тема 5. Инструменты развития эко-маркетинга<br>5.1. Эко-спонсоринг<br>5.2. Эко-таймент<br>5.3. Эко-лизинг                                                                                                                                                                             |                                       | 2                | Лекция-визуализация                       |
| Общая трудоёмкость лекционного курса                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                       | 4                | х                                         |
| Всего лекций по учебной дисциплине:                                                                                                                                                                                                                                                                   |        | час                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Из них в интерактивной форме:         |                  | час                                       |
| - Заочная форма обучения                                                                                                                                                                                                                                                                              |        | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                     | - Заочная форма обучения              |                  | 2                                         |
| <b>Примечания:</b><br>- материально-техническое обеспечение лекционного курса – см. Приложение 6.<br>- обеспечение лекционного курса учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2 |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                       |                  |                                           |

## 5. Практические занятия по дисциплине и подготовка к ним

Практические занятия по курсу проводятся в соответствии с планом, представленным в таблице 4.

Таблица 4 - Примерный тематический план практических занятий по разделам учебной дисциплины

| Номер                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         | Тема занятия/<br>Примерные вопросы на обсуждение<br>(для занятий в формате семинарских)                                                                                                                                           | Трудоёмкость по разде-<br>лу,<br>час. |                                       | Используемые ин-<br>терактивные формы | Связь<br>занятия<br>с<br>ВАРС* |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| раздела<br>(модуля)                                                                                                                                                                                                                                                                                        | занятия |                                                                                                                                                                                                                                   | очная<br>форма                        | Заочная / оч-<br>но- заочная<br>форма |                                       |                                |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2       | 3                                                                                                                                                                                                                                 | 4                                     | 5                                     | 6                                     | 7                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2       | Тема 2. Создание и продвижение бренда эко-продукта                                                                                                                                                                                |                                       | 2                                     | семинар                               | ОСП                            |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3       | Тема 3. Современное состояние и маркетинга экологических и региональных продуктов в Рос-<br>сии                                                                                                                                   |                                       | 2                                     | семинар                               | ОСП                            |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4       | Тема 4. Алгоритм разработки маркетингового<br>плана<br>Разработка анкеты и проведение опроса по-<br>требителей<br>Выполнение маркетингового исследования и<br>анализ собранной информации<br>Разработка маркетинговых мероприятий |                                       | 2                                     | семинар                               | ОСП                            |
| Всего практических занятий по учебной дисциплине:                                                                                                                                                                                                                                                          |         |                                                                                                                                                                                                                                   | час                                   | Из них в интерактивной форме:         | час                                   |                                |
| Заочная форма обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                     |         |                                                                                                                                                                                                                                   | 6                                     | - Заочная форма обучения              | 2                                     |                                |
| В том числе в формате семинарских занятий:                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |                                                                                                                                                                                                                                   |                                       |                                       |                                       |                                |
| Заочная форма обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                     |         |                                                                                                                                                                                                                                   | 6                                     |                                       |                                       |                                |
| <b>* Условные обозначения:</b><br><b>ОСП</b> - предусмотрена обязательная самоподготовка к занятию; <b>УЗ СРС</b> - на занятии выдаётся задание на конкретную ВАРС; <b>ПР СРС</b> - занятие содержательно базируется на результатах выполнения обучающимися конкретной ВАРС; ...                           |         |                                                                                                                                                                                                                                   |                                       |                                       |                                       |                                |
| <b>Примечания:</b><br>- материально-техническое обеспечение практических занятий – см. Приложение 6<br>- обеспечение практических занятий учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2 |         |                                                                                                                                                                                                                                   |                                       |                                       |                                       |                                |

Подготовка обучающихся к практическим занятиям осуществляется с учетом общей структуры учебного процесса. На практических занятиях осуществляется входной и текущий аудиторный контроль в виде опроса, по основным понятиям дисциплины.

Подготовка к практическим занятиям подразумевает выполнение домашнего задания к очередному занятию по заданиям преподавателя, выдаваемым в конце предыдущего занятия.

Для осуществления работы по подготовке к занятиям, необходимо ознакомиться с методическими указаниями по дисциплине, внимательно ознакомиться с литературой и электронными ресурсами, с рекомендациями по подготовке, вопросами для самоконтроля.

## 6. Общие методические рекомендации по изучению отдельных разделов дисциплины

При изучении конкретного раздела дисциплины, из числа вынесенных на лекционные и практические занятия, обучающемуся следует учитывать изложенные ниже рекомендации. Обратите на них особое внимание при подготовке к аттестации.

Работа по теме прежде всего предполагает ее изучение по учебнику или пособию. Следует обратить внимание на то, что в любой теории, есть либо неубедительные, либо чересчур абстрактные, либо сомнительные положения. Поэтому необходимо вырабатывать самостоятельные суждения, дополняя их аргументацией, что и следует демонстрировать на семинарах. Для выработки самостоятельного суждения важным является умение работать с научной литературой. Поэтому работа по теме кроме ее изучения по учебнику, пособию предполагает также поиск по теме научных статей в научных журналах по праву. Такими журналами являются: Вопросы правоведения, Экономика и право др. Выбор статьи, относящейся к теме, лучше делать по последним в году номерам, где приводится перечень статей, опубликованных за год.

Самостоятельная подготовка предполагает использование ряда методов.

1. Конспектирование. Конспектирование позволяет выделить главное в изучаемом материале и выразить свое отношение к рассматриваемой автором проблеме.

Техника записей в конспекте индивидуальна, но есть ряд правил, которые могут принести пользу его составителю: начиная конспект, следует записать автора изучаемого произведения, его название, источник, где оно опубликовано, год издания. Порядок конспектирования:

- а) внимательное чтение текста;
- б) поиск в тексте ответов на поставленные в изучаемой теме вопросы;
- в) краткое, но четкое и понятное изложение текста;
- г) выделение в записи наиболее значимых мест;
- д) запись на полях возникающих вопросов, понятий, категорий и своих мыслей.

2. Записи в форме тезисов, планов, аннотаций, формулировок определений. Все перечисленные формы помогают быстрой ориентации в подготовленном материале, подборе аргументов в пользу или против какого-либо утверждения.

3. Словарь понятий и категорий. Составление словаря помогает быстрее осваивать новые понятия и категории, увереннее ими оперировать. Подобный словарь следует вести четко, разборчиво, чтобы удобно было им пользоваться. Из приведенного в УМК глоссария нужно к каждому семинару выбирать понятия, относящиеся к изучаемой теме, объединять их логической схемой в соответствии с вопросами семинарского занятия.

## **7. Общие методические рекомендации по оформлению и выполнению отдельных видов ВАРС**

### **Выполнение и сдача групповой презентации**

Методическая характеристика работы:

- а) Работа выполняется группой студентов в количестве 2-4 человека.
- б) Индивидуализация решения студентом поставленных учебных задач обеспечивается темой дипломного исследования и выбранной для этого организацией
- в). Необходимые для выполнения работы исходные данные формируются студентами самостоятельно на основе рекомендаций преподавателя
- г) работа содержательно связана с выпускной квалификационной работой (ВКР)

Групповая презентация выполняется в соответствии с тематикой курса. Прежде чем приступить к выполнению работы, студенту необходимо изучить лекционный материал и учебную литературу по анализу деятельности предприятия.

В рамках работы обучающиеся выполняют групповую презентацию на тему: «Выполнение маркетингового исследования рынка по выбранному продукту и анализ собранной информации».

Презентация должна содержать:

-Титульный лист (в свободной форме, с указанием учебного заведения, кафедры, направления подготовки, темы и исполнителей);

- Основную часть. Она состоит из нескольких блоков.

Задание 1. SWOT-анализ.

Провести SWOT-анализ предприятия, производящего продукцию. Результаты оформить в виде матрицы SWOT-анализа, сформулировать итоговый

Задание 2. Провести сегментирование рынка и выбор каналов маркетинговых коммуникаций для предприятия.

В процессе выполнения задания:

2. Провести сегментирование рынка, оценить выбранные сегменты с точки зрения основных принципов отбора целевых сегментов.

3. Осуществить выбор целевых сегментов.

4. Выбрать возможные каналы коммуникации для работы с различными сегментами.

Пункты 3, 4 отразить в таблице 1 с сопровождением пояснениями и аргументацией выбора сегментов и каналов коммуникации.

- Заключение

- Список источников литературы

### **Критерии оценки аттестации студента по итогам его работы**

Критерии оценки качества **процесса подготовки:**

- способность работать самостоятельно и в группе;
- способность творчески и инициативно решать задачи;
- способность рационально планировать этапы и время выполнения работы, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении работы, находить оптимальные способы их решения;

– дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки работы;

Данные критерии позволяют оценить компетенции студента по самостоятельному планированию, организации и выполнению им курсовой работы.

#### Критерии оценки **содержания групповой презентации:**

- самостоятельность и качество анализа материала;
- оригинальность и новизна полученных результатов, научных, прикладных, учебно-методических решений;
- качество анализа объекта и предмета исследования;
- практическая ценность исследования, глубина проработки и обоснованность практических рекомендаций;

Данные критерии позволяют оценить компетенции, демонстрирующие умение студента на теоретическом и прикладном уровнях исследовать проблему с использованием различных научных методов; способность формировать практические и учебно-методические результаты своего исследования; навыки обоснования с позиций практической ценности основных результатов исследования.

#### Критерии оценки **оформления** групповой презентации

- структура и содержание;
- объем и качество выполнения иллюстративного материала, приложений;
- качество ссылок;
- качество списка литературы (не менее 5 источников по теме исследования);
- логика, стиль и общий уровень грамотности изложения.

Данные критерии позволяют оценить компетенции, связанные со знаниями правил оформления научных текстов, умениями и навыками письменной презентации результатов проектирования и т. п.

#### Критерии оценки **процесса собеседования по групповой презентации**

- качество и структура изложения;
- уровень ответов на вопросы;

Данные критерии позволяют оценить компетенции ведения научной дискуссии, презентации основных положений и результатов исследования.

Совокупность всех четырех групп критериев позволяет комплексно оценить компетенции студента, не только отраженные непосредственно в расчетно-аналитической работе, но и проявленные студентом на всех этапах подготовки и ее защиты.

Кроме критериев, оценивающих непосредственно компетенции студента, должны использоваться **формальные критерии** оценки работы:

- работа должна содержать приложения разного характера;
- выводы и рекомендации практического характера должны быть обоснованы.

#### **Результаты работы оцениваются по системе:**

- оценка «зачтено» присваивается за полноценный анализ показателей, логичные выводы и обоснованные рекомендации, качественное оформление работы, наличие приложений, содержательность текстового материала исследования;
- оценка «не зачтено» присваивается за слабый и неполный анализ, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы.

## **7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем**

### **ВОПРОСЫ**

#### **для самостоятельного изучения темы**

#### **Тема 1. Товарный знак и экомаркировка сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на Российском рынке**

- Классификация товарных знаков и их использование.
- Особенности Российской экомаркировки
- Порядок регистрации и правовая охрана товарных знаков.

#### **Тема 2. Брендинг сельских территорий**

- Создание бренда экологической и региональной продукции (классическая лекция)
- Продвижение бренда сельских территорий
- Мимикрия (подделка) бренда
- Правовое регулирование и использование бренда экологической и региональной продукции.

#### **Тема 3. Современное состояние и маркетинга экологических и региональных продуктов в России**

- Основные этапы развития эко маркетинга
- Маркетинг экологических и региональных продуктов сельских территорий
- Система бенчмаркинга как основа позиционирования на рынкеАлгоритм разработки маркетингового плана

#### **Тема 4. Инструменты развития эко-маркетинга**

- Эко-спонсоринг
- Эко-таймент
- Эко-лизинг Современные методы продвижения БИО- и региональных продуктов

## Тема 5. Современные методы продвижения БИО- и региональных продуктов

- Интернет как виртуальный рынок сбыта
- Выставка продукции
- Франчайзинг
- Телемаркетинг
- Мерчандайзинг
- Роль PR в продвижении эко-продуктов
- Персональная продажа

### 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) Выбрать форму отчетности конспектов (план – конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, конспект – схема)                                                                  |
| 2) Оформить отчётный материал в установленной форме в соответствии методическими рекомендациями                                                                                        |
| 3) Провести самоконтроль освоения темы по вопросам, выданным преподавателем                                                                                                            |
| 4) Предоставить отчётный материал преподавателю по согласованию с ведущим преподавателем                                                                                               |
| 5) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы                                                                    |
| 6) Принять участие в указанном мероприятии, пройти рубежное тестирование по разделу на аудиторном занятии и заключительное тестирование в установленное для внеаудиторной работы время |

### ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ самостоятельного изучения темы

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

## 8. Текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы обучающегося

### 8.1 Входной контроль и текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы

1. Дайте определение понятия «Рынок».
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

**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

**Не зачтено** Обучающийся не ответил на вопросы, задаваемые преподавателем / Обучающийся ответил на вопросы не по существу (дал неправильный ответ)

### 8.2. Текущий контроль успеваемости

В течение семестра, проводится текущий контроль успеваемости по дисциплине, к которому обучающийся должен быть подготовлен.

Отсутствие пропусков аудиторных занятий, активная работа на практических занятиях, общее выполнение графика учебной работы являются основанием для получения положительной оценки по текущему контролю.

## **8.2 ВОПРОСЫ и ЗАДАЧИ для самоподготовки к семинарским занятиям**

### **Тема 1. Создание и продвижение бренда эко-продукта**

Бренд: основные термины и понятия  
Этапы создания бренда.  
Особенности продвижения бренда экопродукта

### **Тема 2. Современное состояние и маркетинга экологических и региональных продуктов в России**

Основные этапы развития эко маркетинга.  
Маркетинг экологических и региональных продуктов сельских территорий.  
Система бенчмаркинга как основа позиционирования на рынке.

### **Тема 3. Алгоритм разработки маркетингового плана**

Структура и содержание плана маркетинга.  
Механизм разработки плана маркетинга продукции сельских территорий.  
Методы проведения анализа для разработки плана маркетинга.

## **ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

### **самоподготовки по темам практических (семинарских) занятий**

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

## **9. Промежуточная (семестровая) аттестация по курсу**

| <b>9.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:</b>                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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» |                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>9.2 Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины</b>                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Цель промежуточной аттестации -</b>                                                                                                                                                                                                     | установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы                                                                             |
| <b>Форма промежуточной аттестации -</b>                                                                                                                                                                                                    | зачёт                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса</b>                                                                                                                                                                        | 1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                            | 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра                                                                                                                                               |
| <b>Основные условия получения обучающимся зачёта:</b>                                                                                                                                                                                      | 1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине;<br>2) прошёл заключительное тестирование. |
| <b>Процедура получения зачёта - Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:</b>                                                                                                                     | Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)                                                                                                                          |

### **9.3. Заключительное тестирование по итогам изучения дисциплины**

По итогам изучения дисциплины, обучающиеся проходят заключительное тестирование. Тестирование является формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин.

### **9.3.1 Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины**

Тестирование осуществляется по всем темам и разделам дисциплины, включая темы, выносимые на самостоятельное изучение.

Процедура тестирования ограничена во времени и предполагает максимальное сосредоточение студента на выполнении теста, содержащего несколько тестовых заданий.

Тестирование проводится в письменной форме (на бумажном носителе). Тест включает в себя 30 вопросов. Время, отводимое на выполнение теста – 20-30 минут. В каждый вариант теста включаются вопросы в следующем соотношении: закрытые (одиночный выбор) – 25-30%, закрытые (множественный выбор) – 25-30%, открытые – 25-30%, на упорядочение и соответствие – 5-10%

На тестирование выносятся по 10 вопросов из каждого раздела дисциплины.

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

**Тестирование по итогам освоения дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений»**

**Для обучающихся направления подготовки 35.04.04 Агрономия**

**ФИО** \_\_\_\_\_ **группа** \_\_\_\_\_

**Дата** \_\_\_\_\_

Уважаемые студенты!

Прежде чем приступить к выполнению заданий внимательно ознакомьтесь с инструкцией:

1. Отвечая на вопрос с выбором правильного ответа, правильный, на ваш взгляд, ответ (ответы) обведите в кружок.
  2. В заданиях открытой формы впишите ответ в пропуск.
  3. В заданиях на соответствие заполните таблицу.
  4. В заданиях на правильную последовательность впишите порядковый номер в квадрат.
  4. Время на выполнение теста – 30 минут
  5. За каждый верный ответ Вы получаете 1 балл, за неверный – 0 баллов.
- Максимальное количество полученных баллов 30.  
Желаем удачи!

**Вариант № 1**

**Вариант № 1**

1. Торговый знак (марка), товарная марка и логотип - это слова синонимы?
  1. да
  2. нет
  3. это одно и то же
2. К товарным знакам и знакам обслуживания относятся:
  1. зарегистрированные в установленном порядке обозначения
  2. обозначения, позволяющие отличать конкретный товар или услугу от аналогичных товаров
3. Товарный знак – это:
  1. средство «индивидуализации» правообладателя товарного знака среди множества производителей аналогичных товаров или услуг
  2. лицо компании на рынке товаров или услуг
4. Товарный знак представляет собой собственность фирмы?
  1. да
  2. нет
5. Товарный знак может состоять:
  1. из одного или нескольких слов
  2. букв, цифр или изображений
  3. предложения
  4. словосочетаний
6. Относятся ли к видам товарных знаков словесные изображения?
  1. да
  2. нет
7. Что относится к изобразительным обозначениям?
  1. изображения живых существ
  2. фигуры любых форм
  3. фигуры на плоскости
  4. государственные символы
8. Какой период времени занимает рассмотрение заявки на регистрацию товарного знака?

6. одну-две недели
  7. три-пять месяцев
  8. двенадцать-пятнадцать месяцев
9. Кто является пользователем коллективными товарными знаками?
1. группа предприятий
  2. физическое лицо
  3. индивидуальный предприниматель
  4. ассоциация предприятий
10. Нормативным документом национального уровня, в котором говорится о необходимости и возможности производства органического питания, является:
1. экологический сертификат
  2. доктрина безопасности пищевой продукции
  3. доктрина продовольственной безопасности РФ
11. Имеет ли маркировка «ТМ» правовую защиту?
1. да
  2. нет
12. Верно ли утверждение: экомаркировка – это комплекс сведений экологического характера о продукции?
1. верно
  2. не верно
13. Что разрешено использовать при производстве биопродукции?
1. генетически 407 0 Td(модифицированные семена
  2. химические удобрения
  3. компост и навоз животных из биохозяйств
  4. фунгициды
14. Что требуется для регистрации знака, защищающего место происхождения товара?
1. доказать уникальность продукта
  2. использование сырья только местного происхождения
  3. создание конкурентоспособной продукции
15. В функции мерчендайзера входит
1. временная передача права пользования определенными инвестиционными платными объектами
  2. обзвон потребителей
  3. корректировка розничных цен на товар
16. Гарантийная система сертификации биопродуктов включает:
1. инспектирование
  2. контроль
  3. сертификацию
17. Правомерность биомаркировки ЕС определяется следующими основополагающими принципами:
1. добровольность участия соискателя в сертификации на право использования знака
  2. в составе продукции должно быть не менее 75% биоингредиентов
  3. участия соискателя в сертификации на право использования знака является обязательным
18. Модель комплексного регионального маркетинга не включает в себя туризм?
1. да
  2. нет
19. К специфическим особенностям регионального маркетинга в аграрной сфере относятся:
1. региональный логотип/марка и прозрачный процесс производства являются неотъемлемыми отличительными чертами продуктов питания при применении регионального маркетинга в агробизнесе
  2. политика коммуникации отличается от подобной в классическом маркетинге
  3. реализация продукции всегда осуществляется без посредников
20. Выберите преимущества, которые получают производители сельскохозяйственной продукции от сертификации:
1. новые клиенты, выгодные цены
  2. выход на новые рынки

3. улучшение имиджа и маркетинга без использования Bio-логотипа
4. возможность получения кредитов

21. Какие виды проверок проводит сертифицирующий орган в период действия био-сертификата?

1. плановые и внеплановые
2. фактические и документальные
3. закупки продуктов из магазинов для контроля качества
4. сплошные и выборочные

22. После получения знака осуществляется контроль, который включает в себя:

1. самоконтроль
2. нейтральный
3. внешний

23. Какова частота обязательных проверок биопродукции?

1. 1 раз в год
2. 3 раза в год
3. каждое полугодие

24. Осуществлялась ли официальная регистрация товарных знаков в СССР?

1. да
2. нет

25. Какая отрасль промышленности первой начала регистрировать и охранять товарные знаки?

1. перерабатывающая
2. пищевая
3. текстильная
4. добывающая

26. Какую часть средств от общего оборота тратят крупные компании на маркетинг и рекламу?

1. 0-10%
2. 10-20%
3. 20-30%
4. 30-40%

27. Получил ли процесс регистрации торговых марок в современной России широкое распространение?

1. да
2. нет

28. К какой категории относятся торговые знаки, полученные ассоциацией товаропроизводителей?

1. общеизвестный товарный знак
2. знак, защищающий географическое место происхождения товара
3. международный товарный знак

29. Что требуется для регистрации знака, защищающего место происхождения товара?

1. доказать уникальность продукта
2. использование сырья только местного происхождения
3. создание конкурентоспособной продукции

30. Товарный знак или незарегистрированное обозначение, которое интенсивно используется в РФ, относится к категории:

1. региональный
2. общеизвестный
3. общепризнанный
4. международный

31. Общеизвестным товарным знаком в соответствии со ст. 1508 Гражданского кодекса РФ является:

1. только товарные знаки пищевой промышленности
2. товарные знаки, зарегистрированные товарной ассоциацией
3. широко известные среди соответствующих потребителей товарные знаки

33. На какой основе предоставляется право на общеизвестный товарный знак?

1. временной
2. постоянной (бессрочной)

34. Для предприятий какого типа наиболее привлекателен общеизвестный товарный знак?

1. крупные
2. средние
3. малые

35. Какие группы субъектов РФ первыми начали регистрировать региональные бренды?

1. Орловская, Брянская, Тульская области
2. Москва
3. Калужская, Омская области, Республика Алтай, Ненецкий АО
4. Санкт-Петербург

36. В каком году в российском законодательстве появилось упоминание «Органические продукты»?

1. 2007 г.
2. 2008 г.
3. 2009 г.

37. Нормативным документом национального уровня, в котором говорится о необходимости и возможности производства органического питания, является:

1. экологический сертификат
2. доктрина безопасности пищевой продукции
3. доктрина продовольственной безопасности РФ

38. Какой из перечисленных ниже знаков не применяется в системах одобрения по экологическим требованиям в России?

1. знак соответствия Российскому стандарту
2. знак соответствия Международному стандарту
3. знак Международного экологического фонда

39. Какой из знаков экологической маркировки закреплен в России на государственном уровне?

1. «Свободно от хлора»
2. «Без трансгенов»
3. «Не содержит ГМО»

40. Каким знаком маркируют продукцию лесного хозяйства и лесозаготовок, продукцию химических производств?

1. «Свободно от хлора»
2. «Без трансгенов»
3. «Экологически чистый продукт»

### **9.3.1 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.

## **10. 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 (УМКД), соответствующий данной рабочей программе и прилагаемый к ней. При разработке УМКД кафедра руководствуется установленными университетом требованиями к его структуре, содержанию и оформлению. В состав УМКД входят перечисленные ниже и другие источники учебной и учебно-методической информации, средства наглядности.

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

| <b>ПЕРЕЧЕНЬ<br/>литературы, рекомендуемой для изучения дисциплины</b>                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Автор, наименование, выходные данные                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Доступ                                                                  |
| <b>1. Основная литература</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                         |
| Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, Е. Е. Вольнов ; под редакцией Г. С. Никифорова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 140 с.                                                                                                                                  | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>               |
| Зубкова, Н. В. Маркетинг инноваций : учебно-методическое пособие / Н. В. Зубкова. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 125 с.                                                                                                                                                                                                   | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>               |
| Корсунова, Т. М. Устойчивое сельское хозяйство : учебное пособие / Т. М. Корсунова, Э. Г. Имескенова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 132 с.                                                                                                                                                                       | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>               |
| Лысова Н.А., Маркетинг территорий : учебник / Лысова Н.А. - М. : Проспект, 2019. - 160 с.                                                                                                                                                                                                                            | <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a> |
| Шарков Ф.И., Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) / Шарков Ф.И. - М.: Академический Проект, 2020. - 256 с.                                                                                                                                                                              | <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a> |
| Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг : монография / М. Ю. Горнштейн. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 404 с. Усенко, Л. Н. Агропромышленная интеграция в рынке плодоовощной продукции : монография / Л. Н. Усенко. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 295 с. | <a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>                     |
| Перцовский Н.И., Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.-сост. проф. Н.И. Перцовский. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. - 140 с.                                                                                                                          | <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a> |
| Питерсен, В. Стратегия как обучение: новый взгляд на процесс создания ценности и борьбы за конкурентное преимущество / Вилли Питерсен. — пер. с англ. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2020. - 206 с.                                                                                                         | <a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>                     |
| Продажи / пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 210 с.                                                                                                                                                                                                                                                   | <a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>                     |
| Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 294 с.                                                                                                                          | <a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>                     |
| Трансформация национальной социально-экономической системы России : материалы I Международной научно-практической конференции / отв. ред. Л. Н. Косова. - Москва : РГУП, 2019. - 608 с.                                                                                                                              | <a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>                     |
| АПК: экономика, управление : ежемес. теорет. и науч.-практ. журн. - М. : [б. и.], 1921                                                                                                                                                                                                                               | НСХБ                                                                    |
| Вестник АПК Ставрополя                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>               |
| Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета                                                                                                                                                                                                                                                | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>               |
| Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий: ежемесячный научно-практический журнал : ежемес. теорет. и науч.-практ. журн./ М-во сел. хоз-ва и продовольствия Рос. Федерации. - М. : [б. и.], 1926                                                                                                 | НСХБ                                                                    |