

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИС: Комарова Светлана Юриевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 10.09.2024 10:48:09

Уникальный программный ключ:

43ba42f5deae4116bbfcb9ac98e39108031227e81add207cbce4149f2098d7a

**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**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

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

**Направленность «Устойчивое сельское хозяйство и развитие сельских терри-
торий»**

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра -	Менеджмента и маркетинг	
Разработчик, канд. экон. наук, доцент	А.В. Зинич	

ВВЕДЕНИЕ

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

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

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

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

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

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ

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

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1			2	3	4
Рекомендуемые профессиональные компетенции					
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	Сущность современных проблем агрономии, научнотехнической 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

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

Общие критерии оценки и реестр применяемых оценочных средств

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

Категория контроля и оценки		Режим контрольно-оценочных мероприятий			
		самооценка	взаимооценка	Оценка со стороны	
				преподавателя	представителя производства
		1	2	3	4
Входной контроль	1			Опрос	
Индивидуализация выполнения*, контроль фиксированных видов ВАРС:	2				
– Самостоятельное изучение тем (вопросов)	2.2	Вопросы для самоконтроля		Опрос	
Текущий контроль:	3				
– в рамках практических занятий и подготовки к ним	3.1	Вопросы для самоконтроля (контрольные вопросы)	Обсуждение изученных тем в рамках дискуссий, обсуждения вопросов на семинарах	Проверка выполненных практических заданий на занятиях Проверка выполненных домашних заданий	
– в рамках общеуниверситетской системы контроля успеваемости	3.2				
Рубежный контроль:	4				
по итогам изучения 1 раздела	4.1			Тестирование	
Промежуточная аттестация* по итогам изучения дисциплины	5			Зачет	

* данным знаком помечены индивидуализируемые виды учебной работы

2.2 Общие критерии оценки хода и результатов изучения учебной дисциплины

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

2.3 РЕЕСТР
элементов фонда оценочных средств по учебной дисциплине

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для входного контроля	Вопросы для проведения входного контроля
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы входного контроля
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС	Тематика групповых заданий
	Критерии оценки результатов выполнения группового задания
3. Средства для текущего контроля	Вопросы для самостоятельного изучения темы
	Общий алгоритм самостоятельного изучения темы
	Критерии оценки самостоятельного изучения темы
	Вопросы для самоподготовки по темам семинарских занятий
	Критерии оценки самоподготовки по темам семинарских занятий
4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Тестовые вопросы для проведения итогового контроля
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы итогового контроля

2.4 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. 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. 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 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	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 2. Свободно ориентируется в сущности современных проблем агрономии, научно-технической сфере в области производства безопасной 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. 2. Умеет осуществлять совместную деятельность 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. 2. Хорошо владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области производства безопасной растениеводческой продукции. 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 2. Свободно ориентируется в основных достижениях мировой науки в сфере производства экологических региональных продуктов 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 2. Умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации в процессе разработки продвижения экологических и региональных продуктов 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. 2. Хорошо владеет методиками проведения научных исследований 3. Свободно владеет навыками выбора эффективных методик проведения научных исследований.	

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

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

3.1.1 . ВОПРОСЫ для проведения входного контроля

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 ОЦЕНКИ 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)

3.1.2 Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных 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.

3.1.3 Средства для текущего контроля

ВОПРОСЫ

для самостоятельного изучения темы

Тема 1. Интеллектуальная собственность

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 рынке. Алгоритм 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.

ВОПРОСЫ **для самоподготовки к практическим (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.

3.1.4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Тестовые вопросы для проведения итогового контроля

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 агроботаной 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 закреплён 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»

Критерии оценки ответов на тестовые вопросы итогового контроля

- 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.

ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ

Фонда оценочных средств дисциплины Маркетинг экономических и ремесленных продуктов

в составе ОПОП 35.04.04 Агрономия

1. Рассмотрен и одобрен:

а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры Менеджмента и маркетинга; (наименование кафедры)

протокол № 9 от 22.05.2019.

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Истинова Е.А.

б) На заседании методической комиссии по направлению 35.04.04 - Агрономия;

протокол № 10 от 14.06.2019.

Председатель МКН – 35.04.04, канд. с.-х. наук, доцент А.А. Калошин / Калошин А.А./

2. Рассмотрен и одобрен представителями профессиональной сферы по профилю ОПОП:

Директор ООО «Русь-Агро»



Топеха

Топеха Р.В.

3. Рассмотрен и одобрен внешними представителями (органами) педагогического (научно-педагогического) сообщества по профилю дисциплины:

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к фонду оценочных средств учебной дисциплины

Ведомость изменений

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