

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Комарова Светлана Юрьевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 02.07.2023 12:58:58

Уникальный программный ключ:

43ba42f5deae4116bbfcb9ac98e39108031227e81add207cbee4149f7098d7a

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина»
Факультет агрохимии, почвоведения, экологии, природообустройства и
водопользования**

ОПОП по направлению 05.04.06 Экология и природопользование

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по освоению учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Экологический маркетинг

Направленность (профиль) «ESG-трансформация для устойчивого развития АПК»

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра

экологии, природопользования и биологии

Разработчик,
доктор с.-х. наук, доцент

Н.Н. Жаркова

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Место учебной дисциплины в подготовке
2. Структура учебной работы, содержание и трудоёмкость основных элементов дисциплины
 - 2.1. Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины
 - 2.2. Содержание дисциплины по разделам
3. Общие организационные требования к учебной работе обучающегося, условия допуска к экзамену
 - 3.1. Организация занятий и требования к учебной работе обучающегося
 - 3.2. Условия допуска к экзамену по дисциплине
4. Лекционные занятия
5. Практические занятия по курсу и подготовка обучающегося к ним
6. Общие методические рекомендации по изучению отдельных разделов дисциплины
7. Общие методические рекомендации по оформлению и выполнению отдельных видов ВАРС
 - 7.1. Рекомендации по выполнению презентации
 - 7.1.1. Шкала и критерии оценивания
 - 7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем
 - 7.2.1. Шкала и критерии оценивания
8. Текущий (внутрисеместровый) контроль хода и результатов учебной работы обучающегося
 - 8.1. Текущий контроль успеваемости
 - 8.1.1. Шкала и критерии оценивания
9. Промежуточная (семестровая) аттестация
 - 9.1. Нормативная база проведения промежуточной аттестации по результатам изучения дисциплины
 - 9.2. Основные характеристики промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины для дифференцированного зачета
 - 9.3. Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины
 - 9.3.1. Шкала и критерии оценивания
10. Учебно-информационные источники для изучения дисциплины

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 электронной 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 – сформировать комплекс знаний и умений в области экологического маркетинга и возможностей их реализации в компаниях.

В ходе освоения дисциплины обучающийся должен:

иметь целостное представление об экологическом маркетинге и механизмах его реализации в компаниях.

владеть: навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации; навыками поддержания и улучшения системы экологического менеджмента в организации; навыками обоснования и оценки результатов деятельности организации для поддержания и совершенствования системы экологического менеджмента; навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента;

знать: основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента; особенности внедрения системы экологического менеджмента в организации; методы оценки результатов деятельности организации в рамках системы экологического менеджмента; основные особенности системы экологического менеджмента организаций;

уметь: определять необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации; поддерживать и улучшать систему экологического менеджмента в организации; проводить оценку результатов деятельности организации для поддержания и совершенствования системы экологического менеджмента; разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента.

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
Профессиональные компетенции					
ПК-3	Способен обеспечивать функционирование системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	ИД-1 _{ПК-3} – определяет необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации	основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	определять необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК
		ИД-2 _{ПК-3} – поддерживает и улучшает систему экологического менеджмента в организации	особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	поддерживать и улучшать систему экологического менеджмента на предприятиях АПК	навыками поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК
ПК-5	Способен к оценке результатов деятельности и совершенствованию системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	ИД-1 _{ПК-5} – проводит оценку результатов деятельности организации для поддержания и совершенствования системы	методы оценки результатов деятельности организации в рамках системы экологического менеджмента	проводить оценку результатов деятельности организации для поддержания и совершенствования системы экологического	навыками обоснования и оценки результатов деятельности организации для поддержания и совершенствования системы экологического

		экологического менеджмента		менеджмента на предприятиях АПК	менеджмента на предприятиях АПК
		ИД-2 _{ПК-5} – разрабатывает природоохранные мероприятия и практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента	основные особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК

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

1.2. Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины								
Индекс и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
Критерии оценивания								
ПК-3 – способен обеспечивать функционирование системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	ИД-1 _{ПК-3} – определяет необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации	Полнота знаний	Знает основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	Не знает основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	Поверхностно знает основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	Знает основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	В совершенстве знает основные понятия и определения в области системы экологического менеджмента	Итоговый тест; Презентация
		Наличие умений	Умеет определять необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации	Не умеет определять необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	С трудом определяет необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Умеет определять необходимые ресурсы для разработки системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Умеет определять необходимые ресурсы для разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента в организации	Не владеет навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	С трудом владеет навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Владеет навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Уверенно владеет навыками разработки и внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	
	ИД-2 _{ПК-3} – поддерживает и улучшает систему экологического	Полнота знаний	Знает особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Не знает особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Поверхностно знает особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Знает особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	В совершенстве знает особенности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Итоговый тест; Презентация

[illegible]

	разрабатывает природоохранные мероприятия и практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента		особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	основные особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	основные особенности системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Презентация
		Наличие умений	Умеет разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Не умеет разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	С трудом умеет разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Умеет организовать разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	В совершенстве умеет разрабатывать практические рекомендации для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Не владеет навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	С трудом владеет навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Владеет навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	Уверенно владеет навыками разработки практических рекомендаций для поддержания и улучшения системы экологического менеджмента на предприятиях АПК	

2.1 Организационная структура, трудоемкость и план изучения дисциплины

Примечание:

* – **семестр** – для очной и очно-заочной формы обучения, **курс** – для заочной формы обучения;

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

Номер и наименование раздела дисциплины. Укрупненные темы раздела	общая	Трудоёмкость раздела и ее распределение по видам учебной работы, час.							Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Не е компетенций, на формирование которых ориентирован раздел	
		Контактная работа									
		Аудиторная работа			Консультации (в соответствии с учебным планом)	ВАРС					
		всего	лекции	практические (всех форм)		лабораторные	всего	Фиксированные виды			
	1	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Очная форма обучения											
1	1. Теоретические основы экологического маркетинга.	41	20	8	12	-	-	21	10	Опрос	ПК-3, ПК-5
	1.1 Формирование концепции экологического маркетинга.	9	4	2	2	-	-	5			
	1.2 Основные понятия и функции экомаркетинга.	9	4	2	2	-	-	5			
	1.3 Стратегия и тактика экологического маркетинга.	11	6	2	4	-	-	5			
	1.4 Экобрендинг	12	6	2	4	-	-	6			
2	2. Инструменты экологического маркетинга.	31	16	6	10	-	-	15		Опрос	ПК-3, ПК-5
	2.1 Создание и выведение на рынок экологичного товара.	11	6	2	4	-	-	5			
	2.2 Маркетинговое управление ассортиментом.	9	4	2	2	-	-	5			
	2.3 Организация экологического маркетинга на предприятии.	11	6	2	4	-	-	5			
	Промежуточная аттестация	х	х	х	х	х	х	х	х	дифференциально-экзаменационная	

										ирова нный зачет	
Итого по дисциплине		72	36	14	22	-	-	36	10		

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 двум 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, 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.

3.2 Условия допуска к дифференцированному зачету

Дифференцированный зачет является формой контроля, который выставляется обучающемуся согласно «Положение о текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ», выполнившему в полном объеме все перечисленные в п.2-3 требования к учебной работе, прошедший все виды тестирования, выполнения реферата с положительной оценкой. В случае не полного выполнения указанных условий по уважительной причине, обучающемуся могут быть предложены индивидуальные задания по пропущенному учебному материалу.

4. Лекционные занятия

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

Таблица 3 - Лекционный курс

№		Тема лекции. Основные вопросы темы	Трудоемкость по разделу, час.		Применяемые интерактивные формы обучения
раздел	лекции		очная форма	заочная форма	
1	2	3	4		6
1	1	Тема: Формирование концепции экологического маркетинга	2	-	Лекция-визуализация
		1) Сущность экологического маркетинга и этапы его становления.			
		2) Эволюция концепций маркетинга.			
		3) Экологический маркетинг в концепции устойчивого развития.			
	2	Тема: Основные понятия и функции экологического маркетинга	2	-	Лекция-визуализация
		1) Основные понятия экологического маркетинга.			
		2) Функции экологического маркетинга.			
		3) Функции маркетинга в KCO, ESG стратегии.			
	3	Тема: Стратегия и тактика экологического маркетинга	2	-	Лекция-визуализация
		1) Стратегии роста.			
		2) Конкурентное преимущество.			
		3) Методы анализа конкурентного преимущества компании.			
		4) Построение конкурентного преимущества на основе			

2		экологической ценности.					
		5) Особенности экологического поведения потребителей.					
	4	Тема: Экобрендинг		2	-	Лекция- визуализация	
		1) Основные понятия (марка, товарный знак, бренд, брендинг, бренд-менеджмент). Активы бренда.					
		2) Создание экобренда.					
		3) Экологическая маркировка.					
			4) «Зеленый камуфляж».				
		5	Тема: Создание и выведение на рынок экологичного товара		2	-	Лекция- визуализация
			1) Экологичный товар.				
			2) Экологическая ценность.				
			3) Процесс разработки нового экологичного товара.				
		6	Тема: Маркетинговое управление ассортиментом		2	-	Лекция- визуализация
1) Парадокс экологичных товаров.							
2) Маркетинговые решения по ассортименту.							
3) Показатели оценки результативности и эффективности ассортимента.							
4) Ценообразование на экологичные товары.							
		5) Маркетинговые коммуникации.					
7	Тема: Организация экологического маркетинга на предприятии		2	-	Лекция- визуализация		
	1) Современные подходы к организации маркетинговой функции.						
	2) Принципы организации отдела маркетинга на предприятии.						
	3) Механизм экологического маркетинга.						
Общая трудоемкость лекционного курса			14	8	x		
Всего лекций по дисциплине:		час.	Из них в интерактивной форме:		час.		
- сетевая форма обучения		14	- сетевая форма обучения		14		
- заочная форма обучения		-	- заочная форма обучения		-		
Примечания: - материально-техническое обеспечение лекционного курса – см. Приложение 6; - 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

№		Тема занятия / Примерные вопросы на обсуждение (для семинарских занятий)	Трудоемкость по разделу, час.		Используемые интерактивные формы**	Связь занятия с ВАРС*
раздела (модуля)	занятия		сетевая форма	заочная форма		
1	2	3	4	5	6	7
1	1-2	Анализ потребительского поведения в отношении экологически чистых продуктов	4	-	Решение ситуационных задач	ОСП
	3-4	Исследование экологических стратегий компаний	4	-	Решение ситуационных задач	ОСП
	5-6	Разработка экологических маркетинговых кампаний.	4	-	Решение ситуационных задач	ОСП
2	7-8	Разработка концепта нового продукта, соответствующего принципам ЭЗЦ	4	-	Решение ситуационных задач	ОСП
	9-10	Оценка экологичности материалов, используемых для упаковки	4	-	Традиционное занятие	ОСП
	11	Анализ успешных и неудачных примеров экологического маркетинга	2	-	Традиционное занятие	
Всего практических занятий по дисциплине:			час.	Из них в интерактивной форме:		час.
- очная/очно-заочная форма обучения			22	- очная/очно-заочная форма обучения		22
- заочная форма обучения				- заочная форма обучения		
В том числе в форме семинарских занятий						

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

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. Такими журналами являются: Экология производства и 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.

Раздел 1. 1. Теоретические основы экологического маркетинга.

Краткое содержание

1. Формирование концепции экологического маркетинга.
2. Основные понятия и функции экомаркетинга.
3. Стратегия и тактика экологического маркетинга.
4. Экобрендинг.

Вопросы для самоконтроля по разделу:

1. Какие концепции маркетинга вы знаете?
2. Как соотносятся концепции маркетинга с факторами в концепции устойчивого развития?

3. Какие тенденции определяют стратегию экологического маркетинга?
4. Что такое экологическая ценность?
5. Что такое экологичный товар?
6. С какими ключевыми понятиями работает экологический маркетинг?
7. Каково место экологического маркетинга в стратегии экологического менеджмента, ESG стратегии, стратегии КСО?
8. В чем разница между маркой и брендом?
9. Что дает бренд производителю?
10. Что дает бренд потребителю?
11. Что такое активы бренда?
12. Что такое «зеленый камуфляж»?

Раздел 2. Инструменты экологического маркетинга.

Краткое содержание

1. Создание и выведение на рынок экологичного товара.
2. Маркетинговое управление ассортиментом.
3. Организация экологического маркетинга на предприятии.

Вопросы для самоконтроля по разделу:

1. Какие классификации товаров используются в маркетинге?
2. Какие классификации новых товаров вы знаете?
3. В чем особенность маркетинговой стратегии в соответствии с классификациями новых экологичных товаров по степени новизны для компании и степени новизны для потребителя?
4. Какими показателями характеризуется ассортимент компании?
5. Какие решения по ассортименту принимаются в компании?
6. Какие показатели результативности экологического маркетинга применяют компании?
7. Какие показатели эффективности экологического маркетинга используются?
8. Какие функции выполняет служба маркетинга?
9. Какие виды организационной структуры отдела маркетинга вы знаете?
10. Каковы преимущества и недостатки функциональной структуры организации отдела маркетинга?
11. В чем преимущества сетевого взаимодействия при организации экологического маркетинга?

После изучения каждого раздела проводится рубежный контроль. Рубежный контроль осуществляется с целью определения качества проведения образовательных услуг по дисциплине, для оценки степени достижения обучающимися состояния, определяемого целевыми установками дисциплины, а также для формирования корректирующих мероприятий. Рубежный контроль осуществляется по разделам дисциплины в соответствии с планом. Рубежный контроль состоит из выполнения заданий на практических и семинарских занятиях и выполнения тестов по разделам дисциплины.

Процедура оценивания

После изучения каждого раздела проводится рубежный контроль. Рубежный контроль осуществляется с целью определения качества проведения образовательных услуг по дисциплине, для оценки степени достижения обучающимися состояния, определяемого целевыми установками дисциплины, а также для формирования корректирующих мероприятий. Рубежный контроль осуществляется по разделам дисциплины в соответствии с планом. Рубежный контроль состоит из выполнения заданий на практических занятиях и проведения опроса по разделам дисциплины.

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

7.1 Рекомендации по оформлению презентации

Учебные цели, на достижение которых ориентировано выполнение электронной презентации: получить целостное представление об основных современных проблемах экологии.

Учебные задачи, которые должны быть решены студентом в рамках выполнения электронной презентации: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме электронной презентации, выбор методов и средств создания.

Студент выбирает тему электронной презентации самостоятельно, тема закрепляется за студентом заранее, до начала занятий. До подготовки презентации обучающемуся выдается задание на её выполнение.

Проверка электронных презентаций проводится преподавателем в внеаудиторное время по расписанию индивидуальных консультаций с обучающимися.

Примерный перечень тем презентаций:

1. История экологического маркетинга.
2. Типы экологического маркетинга.

3. Роль экологического маркетинга.
4. Эффективность экологического маркетинга.
5. Перспективные направления экологического маркетинга.
6. Перспективные направления экологического маркетинга в России.
7. Маркетинговая среда предприятия: внешняя и внутренняя среда.
8. Методы анализа маркетинговой среды предприятия.
9. Гринвошинг.
10. Маркетинговый механизм управления охраной окружающей среды.
11. Экологическим маркетингом как фактор повышения конкурентоспособности.
12. Зеленый маркетинг в устойчивом развитии.

Общие требования к презентации:

- Презентация не должна быть меньше 20 слайдов.
 - Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора; место учебы автора презентации.
 - Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.
 - Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.
 - В презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов.
 - Последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.
- При аттестации обучающегося по итогам его работы над электронной презентацией руководителем используются следующие критерии: содержание и дизайн.

Критерии оценки содержания:

- содержание является строго научным;
- иллюстрации (графические, музыкальные, видео) усиливают эффект восприятия текстовой части информации;
- орфографические, пунктуационные, стилистические ошибки отсутствуют;
- наборы числовых данных проиллюстрированы графиками и диаграммами;
- информация является актуальной и современной;
- ключевые слова в тексте выделены.

Критерии оценки дизайна:

- цвет фона гармонирует с цветом текста, всё отлично читается;
- использовано несколько цветов шрифта;
- все слайды выдержаны в едином стиле и представлены в логической последовательности;
- использование дополнительных эффектов Power Point (смена слайдов, звук, графики). Анимация присутствует только в тех местах, где она уместна и усиливает эффект восприятия текстовой части информации;
- размер шрифта оптимальный;
- имеется титульный слайд с заголовком;
- минимальное количество – 20 слайдов;
- имеется слайд с библиографией.

7.1.1. Шкала и критерии оценивания презентации

- оценка «зачтено» – за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность презентации;
- оценка «не зачтено» – присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала.

7.2. Рекомендации по самостоятельному изучению тем ВОПРОСЫ

для самостоятельного изучения темы

«Роль экологического маркетинга в формировании ответственного потребления»

1. Влияние экологического маркетинга на покупательские предпочтения.
2. Роль экологической информации в принятии решений.
3. Эффективность экологических сертификаций и этикеток.
4. Влияние экологических кампаний на формирование ценностей.
5. Вызовы и проблемы экологического маркетинга.

ВОПРОСЫ
для самостоятельного изучения темы
«Международный опыт в области экологического маркетинга»

1. «Зеленый маркетинг» в Европе.
2. «Зеленый маркетинг» в США.
3. «Зеленый маркетинг» в Китае.
4. «Зеленый маркетинг» в Японии.

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 развернутый план изложения темы
3) Выбрать форму отчетности конспектов (план – конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, конспект – схема) /презентация/эссе/доклад
2) Оформить отчетный материал в установленной форме в соответствии методическими рекомендациями
3) Провести самоконтроль освоения темы по вопросам, выданным преподавателем
4) Предоставить отчетный 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

7.2.1 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ
самостоятельного изучения темы

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся оформил отчетный материал в виде доклада на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся неаккуратно оформил отчетный материал в виде доклада на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

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

8.1. 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, выполнение всех видов работ, являются основанием для получения положительной оценки по текущему контролю.

ВОПРОСЫ и ЗАДАЧИ
для самоподготовки к практическим занятиям

В процессе подготовки к практическому занятию обучающийся изучает представленные ниже вопросы по темам. На занятии обучающийся демонстрирует свои знания по изученным вопросам в форме устного ответа.

Тема 1-2. Анализ потребительского поведения в отношении экологически чистых продуктов

1. Экологическая осведомленность потребителей товаров.
2. Факторы, влияющие на выбор экологически чистых продуктов.

Тема 3-4. Исследование экологических стратегий компаний

1. Понятие экологической стратегии.
2. Экологические стратегии фирмы и их классификация

Тема 5-6. Разработка экологических маркетинговых кампаний

1. Основные аспекты экологических маркетинговых кампаний.
2. Способы формирования ответственного потребления.
3. Примеры экологических маркетинговых кампаний.

Тема 7-8. Разработка концепта нового продукта, соответствующего принципам ЭЗЦ

1. Концепция экономики замкнутого цикла.

2. Главная задача ЭЗЦ.
3. Бизнес-модели ЭЗЦ.
4. Концепция жизненного цикла продукции.

Тема 9-10. Оценка экологичности материалов, используемых для упаковки

1. Критерии экологичности упаковки.
2. Показатели экологичности упаковки.

Тема 11. Анализ успешных и неудачных примеров экологического маркетинга

1. Успешные примеры экологического маркетинга.
2. Неуспешные примеры экологического маркетинга.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

самоподготовки по темам практических занятий

- оценка «зачтено» выставляется, если студент оформил отчетный материал в виде доклада или электронной презентации на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если студент неаккуратно оформил отчетный материал в виде доклада или электронной презентации на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

9. Промежуточная (семестровая) аттестация по курсу

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

9.2 Процедура проведения дифференцированного зачета

Плановая процедура получения дифференцированного зачёта:

- 1) Обучающийся предъявляет преподавателю:
 - учебное портфолио (систематизированную совокупность выполненных в течение периода обучения письменных работ и электронных материалов).
- 2) Преподаватель просматривает представленные материалы и записи в журнале учёта посещаемости и успеваемости обучающихся (выставленные ранее обучающемуся дифференцированные оценки по итогам заключительного тестирования и практических занятий)
- 3) Преподаватель выставляет «оценку» в экзаменационную ведомость и в зачётную книжку обучающегося.

9.3 Подготовка к заключительному тестированию по итогам изучения дисциплины

По итогам изучения дисциплины, обучающиеся проходят заключительное тестирование. Тестирование является формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом 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 обучающегося 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 - 90 минут. В каждый вариант теста включаются вопросы разных типов (одиночный и множественный выбор, открытые (ввод ответа с клавиатуры), на упорядочение, соответствие и др.). На тестирование выносятся вопросы из каждого раздела дисциплины.

Бланк теста

Образец

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

Тестирование по итогам освоения дисциплины «Экологический маркетинг»
Для обучающихся направления подготовки 05.04.06 - Экология и природопользование
ФИО _____ группа _____

Дата _____

Уважаемые обучающиеся!

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 – 90 минут
5. За каждый верный ответ Вы получаете 1 балл, за неверный – 0 баллов. Максимальное количество полученных баллов 30. Желаем удачи!

Вариант № 1

1. Основная цель экологической маркировки:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) получение экологического сертификата ISO 14000;
- б) оценка воздействия на окружающую среду;
- в) выделение среди однородной продукции той, которая на всех стадиях жизненного цикла имеет меньшее воздействие на окружающую среду.

2. Петля Мебиуса – это знак:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) утилизации;
- б) компостирования;
- в) рециркуляции;
- д) качества продукции.

3. Цифровые обозначения, которые помещают в центре петли рециркуляции или ниже ее означают:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) количество циклов переработки продукции;
- б) материал, из которого изготовлена данная продукция;
- в) количество лет, необходимых для полного разложения данной продукции;
- г) код-обозначение фирмы-изготовителя.

4. Национальные знаки «Голубой ангел», «Белый лебедь», «Цветок Европы» относятся к экологической маркировки:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) экомаркировка I типа;
- б) экомаркировка II типа;
- в) экомаркировка III типа;
- г) экомаркировка IV типа.

5. Временной период развития экологического маркетинга:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) начало XX века; б) середина XX века;
в) конец XX века; г) конец XX в. – XXI в.

6. Вся цепочка образования готового продукта, начиная с добычи сырья, заканчивая его реализацией потребителю и утилизацией:

Тип вопроса: одиночный выбор

- а) природно-продуктовой цепочкой (вертикалью);
б) технологическим процессом производства продукции;
в) жизненным циклом продукции;
г) нет правильного ответа.

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 электронной информационно-образовательной среде университета.

**ПЕРЕЧЕНЬ
литературы, рекомендуемой
для изучения дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 Экологический маркетинг**

Автор, наименование, выходные данные	Доступ
1	2
Антонов, В. Н. Экологический маркетинг : учебное пособие / В. Н. Антонов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2021. — 145 с. — ISBN 978-5-91556-992-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/323036 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	http://e.lanbook.com .
Экологический маркетинг : учебное пособие / С. Г. Божук, К. В. Евдокимов, Н. А. Плетнева, В. И. Саморуков. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 140 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162869 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	http://e.lanbook.com .
Экология производства. — Москва : Отраслевые ведомости, 2004. — . — Выходит ежемесячно. — ISSN 2078-3981. — Текст : непосредственный.	НСХБ