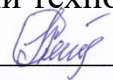
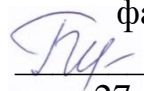


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической
комиссии технологического
факультета  С.А. Сашенкова
«27» мая 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан технологического
факультета
 Г.В. Ильина
«27» мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОНЬЮНКТУРА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

Направление подготовки
19.04.03 Продукты питания животного происхождения

Направленность (профиль) программы

Биотехнология продуктов
животного происхождения

(программа магистратуры)

Квалификация
«Магистр»

Форма обучения – очная

Пенза – 2024

Рабочая программа дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937

Составитель рабочей программы:

к.э.н., профессор

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

Е.Н. Никифорова

(инициалы, Ф.)

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

Н.М. Гурьянова

(инициалы, Ф.)

Рецензент:

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

С.Н. Алексеева

(инициалы, Ф.)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Управление, экономика и право

(наименование кафедры)

«20» мая 2024 года, протокол № 16

Заведующий кафедрой:

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

О.А. Столярова

(инициалы, Ф.)

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии
технологического факультета

«27» мая 2024 года, протокол № 18

Председатель методической комиссии
технологического факультета



(подпись)

С.А. Сашенкова

(инициалы, Ф.)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» для направления подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения»

Рабочая программа дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» разработана профессором кафедры «Управление, экономика и право» Никифоровой Е.Н. для направления подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937.

Программа содержит необходимые разделы, позволяющие получить представление о ее содержании, образовательных технологиях, используемых в ходе преподавания данной дисциплины. Сформулированы цели и задачи дисциплины, запланированы результаты обучения, содержание лекций и лабораторных занятий с указанием отведенного для их освоения времени.

Рецензируемая рабочая программа обеспечит выполнение основной цели курса – формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков по проблемам исследования и анализа предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания.

Рабочая программа «Конъюнктура продовольственного рынка» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» и может быть использована в учебном процессе ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ.

к.э.н., доцент
кафедры «Организация и информатизация
производства»
ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ



С.Н. Алексеева

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на фонд оценочных средств дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) Биотехнология продуктов животного происхождения

Фонд оценочных средств составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» (квалификация магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937 и современными требованиями рынка труда.

Дисциплина «Конъюнктура продовольственного рынка» относится к обязательной части основной образовательной программы высшего образования блока Б1.О.09. Данная дисциплина является базовой для дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания», «Бизнес планирование производства продуктов питания».

Разработчиком представлен комплект документов, включающий:

перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;

методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» в рамках ОПОП ВО, соответствуют ФГОС и своевременным требованиям рынка труда:

Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);

Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия (ОПК-1).

Критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения ОПОП магистратуры разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценивать результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Объем фондов оценочных средств (далее – ФОС) соответствует учебному плану – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения. Содержание ФОС соответствует целям ОПОП – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения, будущей профессиональной деятельности обучающихся. Качество ФОС обеспечивает объективность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ФОС рабочей программы дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» (квалификация магистр), направленность (профиль) Биотехнология продуктов животного происхождения, разработанный профессором кафедры «Управление, экономика и право» ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ Никифоровой Е.Н. и доцентом кафедры «Управление, экономика и право» Гурьяновой Н.М., и соответствует ФГОС и современным требованиям рынка труда, что позволит при его реализации успешно провести оценку заявленных компетенций.

Эксперт:

Главный технолог ОАО Молочный комбинат «Пензенский»

Митяшова Ю.Ю.

(подпись)



30 апреля 2024 г. .

ВЫПИСКА

из протокола № 16 заседания кафедры «Управление, экономика и право»

от 20.05.2024 г.

Присутствовали: Столярова О.А., Аленин П.Г., Никифорова Е.Н., Сологуб Е.Н., Уланова О.И., Шатова А.В., Чуворкина Т.Н., Позубенкова Э.И., Кадыкова О.Ф., Гурьянова Н.М., Рассыпнова Ю.Ю., Порфирьев Д.Н., Решеткина Ю.В.

Повестка дня

1. Рассмотрение изменений и дополнений рабочих программ дисциплин кафедры по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Биотехнология продуктов животного происхождения».

По первому вопросу слушали: Никифорову Е.Н., которая представила рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» для обучающихся по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Биотехнология продуктов животного происхождения».

Постановили: утвердить рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» для обучающихся по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Биотехнология продуктов животного происхождения».

Зав. кафедрой
«Управление, экономика и право»

О.А. Столярова

Выписка из протокола № 18

заседания методической комиссии технологического факультета
от 27.05.2024 г.

Присутствовали: С.А. Сашенкова председатель, члены комиссии:
Г.В. Ильина, А.В. Остапчук, Л.Л. Ошкина, Е.В. Полякова, А.И. Дарьин,
Д.Г. Погосян, В.Н. Емелин, В.А. Здоровинин

Вопрос 2. Рассмотрение и обсуждение рабочей программы и фонда оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», разработанных профессором кафедры «Управление, экономика и право» Никифоровой Е.Н. для направления подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» квалификация – магистр, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937.

Выступили:

С.А. Сашенкова, которая представила в числе прочего методического обеспечения ОПОП магистратуры по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» рабочую программу и фонд оценочных средств дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка».



Д.Г. Погосян, который отметил, что представленная рабочая программа, фонд оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка» подготовлены в соответствии с утвержденным учебным планом и рекомендациями учебного отдела университета и могут быть использованы в учебном процессе ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ.

Постановили: представленную рабочую программу, фонд оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», предусмотренной ОПОП магистратуры по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения», утвердить.

Председатель методической комиссии
технологического факультета

С.А. Сашенкова

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. кафедрой	Дата, № протокола, виза председателя методической комиссии	С какой даты вводятся
1	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень ресурсов основной и дополнительной учебной литературы, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины. Новая редакция списка литературы (таблица 9.1 и таблица 9.2)	Протокол № 24 от 29 августа 2025 г. 	29.08.2025, № 12 	01.09.2025
7	Раздел 9. «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	Добавлена новая редакция таблицы 9.4 «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» и таблицы 9.5 «Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем» с учетом изменений состава ЭБС			
8	Раздел 10. «Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине»	Добавлена новая редакция таблицы 10.1 «Материально-техническое обеспечение дисциплины» в части состава лицензионного программного обеспечения и реквизитов подтверждающих документов в учебных аудиториях			

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков по проблемам исследования и анализа конъюнктуры рынков продуктов животного происхождения.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ формирования и функционирования продовольственных рынков;
- формирование умения осуществлять поиск, сбор, систематизацию и анализ информации для решения задач в сфере производства и продаж продуктов животного происхождения;
- формирование навыков разработки конкурентной стратегии на основе определения показателей, характеризующих состояние, динамику развития и конъюнктуру продовольственного рынка.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ОПК-1 способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия

Индикаторы и дескрипторы части соответствующей компетенции, формируемой в процессе изучения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка», оцениваются при помощи оценочных средств, приведенных в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», индикаторы достижения компетенций УК-1, ОПК-1, перечень оценочных средств

№ пп	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Код планируемого результата обучения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочных средств
1	2	3	4	5	6
1	ИД-1 _{УК-1}	Знать: алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	32 (ИД-1 _{УК-1})	Знать: проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения	Вопросы теста Темы дискуссии Вопросы для сдачи зачета
2	ИД-2 _{УК-1}	Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения	У2 (ИД-2 _{УК-1})	Уметь: грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета
3	ИД-3 _{УК-1}	Владеть: методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций	В2 (ИД-3 _{УК-1})	Владеть: навыками системного подхода в решении проблемных ситуаций продовольственного рынка	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета

4	ИД-1ОПК-1	Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	32 (ИД-1ОПК-1)	Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета
5	ИД-2ОПК-1	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	У2 (ИД-2ОПК-1)	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета
6	ИД-3ОПК-1	Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В2 (ИД-3ОПК-1)	Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета

3 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина «Конъюнктура продовольственного рынка» относится к обязательной части основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» - Б1.О.09; базируется на компетенциях, сформированных в результате освоения экономических дисциплин программы бакалавриата; является базовой для дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания», «Бизнес планирование производства продуктов питания».

4 ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость изучения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» составляет 2 зачетные единицы или 72 часа. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Таблица 4.1 - Распределение общей трудоемкости дисциплины по формам и видам учебной работы

№ п/п	Форма и вид учебной работы	Условное обозначение по учебному плану	Трудоёмкость, ч/з.е.	
			очная форма обучения (3 семестр)	заочная форма обучения (1 курс летняя сессия)
1	Контактная работа – всего	Контакт часы	55,1/1,53	10,8/0,3
1.1	Лекции	Лек	18/0,5	4/0,11
1.2	Семинары и практические занятия	Пр	36/1,0	6/0,17
1.3	Лабораторные работы	Лаб		
1.4	Текущие консультации, руководство и консультации курсовых работ (курсовых проектов)	КТ	0,9 /0,02	0,6/0,015
1.5	Сдача зачета (зачёта с оценкой), защита курсовой работы (курсового проекта)	КЗ	0,2/0,01	0,2/0,005
1.6	Предэкзаменационные консультации по дисциплине	КПЭ		
1.7	Сдача экзамена	КЭ		
2	Общий объем самостоятельной работы		16,9/0,47	61,2/1,7
2.1	Самостоятельная работа	СР	16,9/0,47	61,2/1,7

2.2	Контроль (самостоятельная подготовка к сдаче экзамена)	Контроль		
	Всего	По плану	72/2	72/2

5 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1 – Наименование разделов и их содержание

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Код планируемого результата обучения
1	2	3	4
1	Рынки с.-х. продукции и продовольствия и их основные характеристики	Понятие, функции, предпосылки развития рынка. Классификация рынков. Структура аграрного рынка. Рыночная инфраструктура. Показатели, характеризующие состояние и динамику рынка. Характер и динамики спроса на потребительские товары. Влияние неценовых факторов. Предложение продукции и формирующие его факторы. Показатели эластичности спроса и предложения продукции. Формы и методы конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Организационные структуры рынка. Антимонопольное регулирование. Конкурентоспособность продукции. Конкурентные преимущества организации. Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерческой организации. Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты.	32 (ИД-1 _{УК-1}) У2 (ИД-2 _{УК-1}) В2 (ИД-3 _{УК-1})
2	Маркетинговые исследования рынков	Сущность и основные направления маркетинговых исследований продовольственных рынков. Технология проведения маркетингового исследования. Маркетинговая информация. Сущность, принципы и методы сегментации рынка. Изучение покупательских предпочтений.	32 (ИД-1 _{ОПК-1}) У2 (ИД-2 _{ОПК-1}) В2 (ИД-3 _{ОПК-1})

Таблица 5.2.1 - *Наименование тем лекций и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (очная форма обучения)*

№ п/п	№ раз-дела	Тема лекции	Рассматриваемые вопросы	Вре- мя, ч
1	1	Основы формирова- ния и функционирова- ния рынков	Понятие, функции, предпосылки разви- тия рынка. Классификация рынков. Структура аграрного рынка. Рыночная инфраструктура. Показатели характери- зующие состояние и динамику рынка.	4
2	1	Рыночный механизм и его элементы	Характер и динамики спроса на потреби- тельские товары. Влияние неценовых факторов. Предложение продукции и формирую- щие его факторы. Показатели эластичности спроса и пред- ложения продукции.	4
3	1	Конкурентоспособ- ность продукции и ор- ганизации	Формы и методы конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Организационные структуры рынка. Антимонопольное ре- гулирование. Конкурентоспособность продукции. Конкурентные преимущества организации.	2
4	1	Ценообразование на с.-х. продукцию, сы- рье и продовольствие	Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерче- ской организации.	2
5	1	Стратегии ценообра- зования на с.-х. про- дукцию, сырье и про- довольствие	Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты. Ценовые стра- тегии внедрения инновационного товара на рынок. Стратегии дифференцирован- ных цен. Ценовые дискриминации.	2
6	2	Маркетинговые иссле- дования рынка	Сущность и основные направления марке- тинговых исследований продовольствен- ных рынков. Технология проведения мар- кетингового исследования. Маркетинго- вая информация.	2
7	2	Стратегии сегмента- ции	Сущность, принципы и методы сегмента- ции рынка. Изучение покупательских предпочтений.	2
		Итого		18

Таблица 5.2.2 - Наименование тем лекций и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (заочная форма обучения)

№ п/п	№ раз-дела	Тема лекции	Рассматриваемые вопросы	Вре- мя, ч
1	1	Рыночный механизм и его элементы	Характер и динамики спроса на потребительские товары. Влияние неценовых факторов. Предложение продукции и формирующие его факторы. Показатели эластичности спроса и предложения продукции.	2
2	1	Ценообразование на с.-х. продукцию, сырье и продовольствие	Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерческой организации. Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты.	2
		Итого		4

Таблица 5.3.1 - Наименование тем практических занятий и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (очная форма обучения)

№ п/п	№ раз-дела	Тема практического занятия	Время, ч
1	1	Практическое занятие: 1. Методы анализа емкости потребительского рынка. 2. Методы анализа насыщенности потребительского рынка. 3. Методы анализа конкурентной структуры потребительского рынка.	2
2	1	Решение имитационной задачи «Анализ состояния и динамики товарного рынка». Коллективное обсуждение возможностей применения различных методов анализа в конкретной ситуации.	4
3	1	Практическое занятие: 1. Анализ спроса на продукцию животноводства . 2. Анализ предложения продукции животноводства.	2
4	1	Решение имитационной задачи «Динамика конъюнктуры товарного рынка под влиянием неценовых факторов спроса и предложения».	4
5	1	Решение имитационной задачи «Исследование динамики рыночных цен на сопряженные потребительские товары».	4
6	1	Семинар (учебная дискуссия) «Потребитель в системе рыночных отношений» Маркетинг взаимодействия как современная концепция рыночного поведения хозяйствующего субъекта. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем. Взаимосвязи между ценовой эластичностью спроса и динамикой выручки продавца.	2

7	1	Решение и коллективное обсуждение имитационной задачи «Покупательские предпочтения: взаимосвязь кривых безразличия и спроса на товар»	2
8	1	Семинар (учебная дискуссия) «Хеджирование как инструмент снижения рисков на рынках с.-х. продукции»: Сущность, правила, перспективы биржевой торговли. История развития биржевой торговли. Организация биржевых торгов. Особенности электронной торговли. Виды биржевых сделок. Хеджирование. Тестирование по разделу 1	2
9	2	Семинар (учебная дискуссия) «Современные технологии маркетинговых исследований продовольственных рынков»: 1. Достоинства и недостатки опроса. 2. Особенности исследования панели и фокус-группы. 3. Достоинства и недостатки наблюдения. 4. Роль и виды экспериментов. 5. Техника организации исследования. Заказные омнибусные исследования.	2
10	2	Практическое занятие: 1. Приемы ситуационного маркетингового анализа. 2. Маркетинговый план – неотъемлемый элемент бизнес-планирования.	2
11	2	Практическое занятие: Техника разработки маркетинговой программы.	2
12	2	Выполнение индивидуального задания: 1. Маркетинговое исследование (сбор и анализ вторичной информации, формулирование цели, разработка анкеты, опрос респондентов)	4
13	2	Разработка продвижения инновационного продукта животного происхождения	2
14	2	Презентация исследования и коллективное обсуждение отчетов об исследовании и презентаций. Итоговое тестирование	2
		Итого	36

Таблица 5.3.2 - Наименование тем практических занятий и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (заочная форма обучения)

№ п/п	№ раз- дел а	Тема практического занятия	Время, ч
1	1	Практическое занятие: 1. Методы анализа емкости потребительского рынка. 2. Методы анализа насыщенности потребительского рынка. 3. Методы анализа конкурентной структуры потребительского рынка.	2
2	1	Решение имитационной задачи «Динамика конъюнктуры товарного рынка под влиянием неценовых факторов спроса и предложения».	2
3	2	Практическое занятие: Техника разработки маркетинговой программы.	
		Итого	6

Таблица 5.4.1 – Распределение трудоемкости самостоятельной работы по видам работ (очная форма)

№ п/п	Вид работ	Время, ч
1	Подготовка к практическим занятиям и семинарам - учебным дискуссиям	5
2	Самоконтроль знаний, подготовка к тестированию по разделам дисциплины, подготовка к зачету	5
3	Выполнение индивидуального задания	4,9
4	Оформление работы, подготовка доклада и презентации, работа в ЭОС	2
	Итого	16,9

Таблица 5.4.2 – Распределение трудоемкости самостоятельной работы по видам работ (заочная форма)

№ п/п	Вид работ	Время, ч
1	Подготовка к практическим занятиям, семинарам - учебным дискуссиям	4
2	Изучение теоретического материала по вопросам дисциплины	20
3	Самоконтроль знаний, подготовка к зачету	8
4	Выполнение индивидуального задания	21,2
5	Оформление результатов работы, работа в ЭОС	8
	Итого	61,2

6 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИ- ПЛИНЕ

Таблица 6.1 – Тема, задания, вопросы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельного изучения (очная форма обучения)

№	№ раздела дисциплины	Тема, вопросы, задание	Время, ч	Рекомендуемая литература
1	1,2	Подготовка к практическим занятиям и семинарам - учебным дискуссиям. Само-контроль знаний, подготовка к тестированию по разделам дисциплины, подготовка к зачету 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	10	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4
2	2	Выполнение индивидуального задания. Оформление работы, подготовка доклада и презентации, работа в ЭОС 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	6,9	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4
	Итого		16,9	

Таблица 6.2 – Тема, задания, вопросы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельного изучения (заочная форма обучения)

№	№ раздела дисциплины	Тема, вопросы, задание	Время, ч	Рекомендуемая литература
1	1	<i>Основы формирования и функционирования рынков:</i> Понятие, функции, предпосылки развития рынка. Классификация рынков. Структура аграрного рынка. Рыночная инфраструктура. Показатели, характеризующие состояние и динамику рынка. 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})	4	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4
2	1	<i>Конкурентоспособность продукции и организации:</i> Формы и методы конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Организационные структуры рынка. Антимонопольное регулирование. Конкурентоспособность продукции. Конкурентные преимущества организации.	4	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4

		32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})		
3	1	<p><i>Ценообразование на с.-х. продукцию, сырье и продовольствие :</i></p> <p>Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерческой организации. Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты.</p> <p>32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1})</p>	4	<p>Осн. 1,2,3</p> <p>Доп. 1,2,3,4</p>
4	2	<p><i>Маркетинговые исследования:</i></p> <p>Сущность и основные направления маркетинговых исследований продовольственных рынков. Методы исследований. Организация исследования.</p> <p>Информационное обеспечение маркетинга. Маркетинговая информационная система. Маркетинговые среды и их особенности в аграрной сфере.</p> <p>Технология проведения маркетингового исследования. Маркетинговая информация.</p> <p>32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1})</p>	4	<p>Осн. 1,2,3</p> <p>Доп. 1,2,3,4</p>
5	2	<p><i>Стратегии сегментации:</i></p> <p>Методы исследований. Технология проведения маркетингового исследования. Организация исследования. Сущность, принципы и методы сегментации рынка. Стратегии по охвату рынка. Оценка привлекательности сегмента и позиционирование товара.</p> <p>32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1})</p>	4	<p>Осн. 1,2,3</p> <p>Доп. 1,2,3,4</p>
6	1,2	<p>Подготовка к практическим занятиям и семинарам - учебным дискуссиям. Самоконтроль знаний, подготовка к тестированию по разделам дисциплины, подготовка к зачету</p> <p>32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1})</p>	12	<p>Осн. 1,2,3</p> <p>Доп. 1,2,3,4</p>
7	2	<p>Выполнение индивидуального задания. Оформление работы, подготовка доклада и презентации, работа в ЭОС</p> <p>32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1})</p>	29,2	<p>Осн. 1,2,3</p> <p>Доп. 1,2,3,4</p>
		Итого	61,2	

7 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Таблица 7.1 – Образовательные технологии, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (очная форма)

№ раз-дела	Вид заня-тия	Используемые технологии и рассматриваемые во-просы	Время, ч
1	ПЗ	Решение имитационных задач. Коллективное обсуждение возможностей применения различных методов анализа в конкретной ситуации. 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	12
1,2	ПЗ	Семинар (учебная дискуссия) с разбором и коллективным обсуждением конкретных ситуаций 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1})	6
2	ПЗ	Презентация индивидуального исследования и коллективное обсуждение отчетов об исследовании и презентаций. У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	8
		Итого	26

Таблица 7.2 – Образовательные технологии, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (заочная форма)

№ раз-дела	Вид заня-тия	Используемые технологии и рассматриваемые во-просы	Время, ч
1	ПЗ	Решение имитационной задачи «Динамика конъюнктуры товарного рынка под влиянием неценовых факторов спроса и предложения». 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	2
		Итого	2

8 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Полный комплект материалов, входящих в данный раздел представлен в приложении к рабочей программе дисциплины.

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 9.1- Основная литература

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		всего	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., СПб, Питер, 2012. – 560с.	21	100
2	Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16805-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/541573/p.1	-	-
3	Международные рынки : учебник для вузов / М. А. Эскиндаров [и др.] ; под общей редакцией М. А. Эскиндарова, Е. А. Звоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17708-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/533597/p.1	-	-

Таблица 9.1- Основная литература

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		всего	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., СПб, Питер, 2012. – 560с.	21	100
2	Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16805-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/565355/p.1	-	-
3	Международные рынки : учебник для вузов / под общей редакцией М. А. Эскиндарова, Е. А. Звоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17708-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/568726/p.1	-	-

Таблица 9.2- Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		всего	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513376	-	-
2	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16055-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530354	-	-
3	Анализ и прогнозирование рынка : учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина ; под редакцией А. Н. Асаула. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 296 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15179-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520260	-	-
4	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510093	-	-

Таблица 9.2- Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		всего	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03899-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/560043/p.1	-	-
2	Мировые финансы: регулирование и оценка конъюнктуры мировых рынков : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией М. А. Эскиндарова, Е. А. Звоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17688-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/561587/p.1	-	-
3	Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/560062/p.1	-	-
4	Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле : учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07444-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/564908/p.1	-	-

Таблица 9.4 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Справочно-правовая система «КОНСУЛЬТАНТ+» (https://www.consultant.ru/) – сторонняя	В залах университета (ауд. 1237, 5202) без пароля
2	Электронная библиотека полнотекстовых документов Пензенского ГАУ (https://pgau.ru/strukturnye-podrazdeleniya/nauchnaya-biblioteka/elektronnaya-biblioteka-pgau.html) - собственная генерация	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP.
3	Электронный каталог научной библиотеки Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web/Search/Simple) – собственная генерация	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP
4	Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» (https://e.lanbook.com/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность удаленной регистрации и работы
5	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» (https://lib.rucont.ru/search) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность регистрации для удаленной работы по IP;
6	Электронно-библиотечная система Znanium (https://znanium.ru/) – сторонняя	С любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальным ключам доступа
7	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. (https://urait.ru/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет
8	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp ?) – сторонняя	Доступны поиск, просмотр и загрузка полнотекстовых Лицензионных материалов через Интернет (в том числе по электронной почте) по IP адресам университета без ограничения количества пользователей Неограниченный доступ с личных компьютеров для библиографического поиска, просмотра оглавления журналов.
9	Федеральная служба государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный

Таблица 9.4 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (редакция от 01.09.2025)

№ п/ п	Наименование	Условия доступа
1	Электронная библиотека Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) - собственная генерация	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP.
2	Электронный каталог научной библиотеки Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) – собственная генерация	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет
3	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. (https://urait.ru/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет
4	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp?) – сторонняя	Доступны поиск, просмотр и загрузка полнотекстовых Лицензионных материалов через Интернет (в том числе по электронной почте) по IP адресам университета без ограничения количества пользователей Неограниченный доступ с личных компьютеров для библиографического поиска, просмотра оглавления журналов.
5	Справочно-правовая система «КОНСУЛЬТАНТ+» (https://www.consultant.ru/) – сторонняя	В залах университета (ауд. 1237, 5202) без пароля
6	Федеральная служба государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
7	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области (https://58.rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный

Таблица 9.5 – Перечень информационных технологий (перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем), используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Электронная библиотека полнотекстовых документов Пензенского ГАУ (https://pgau.ru/strukturnye-podrazdeleniya/nauchnaya-biblioteka/elektronnaya-biblioteka-pgau.html) – собственная генерация	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP.
2	Электронный каталог научной библиотеки Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web/Search/Simple) – собственная генерация	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP
3	Электронный каталог всех видов документов из фондов ЦНСХБ https://opacg.cnsnb.ru/wlib/	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК
4	Сводный каталог библиотек АПК http://www.cnsnb.ru/artefact3/ia/is1.asp?lv=11&un=svkat&p1=&em=c2R	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК
5	Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» (https://e.lanbook.com/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность удаленной регистрации и работы
6	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» (https://lib.rucont.ru/search) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность регистрации для удаленной работы по IP:
7	Электронно-библиотечная система Znanium (https://znanium.ru/) – сторонняя	С любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальным ключам доступа
8	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. (https://urait.ru/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет
9	Электронно-библиотечная система "AgriLib" Научная и учебно-методическая литература для аграрного	С любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль)

	образования (https://ebs.rgazu.ru/) – сторонняя	Регистрационный код: penzgsha1359 (вво- дить только один раз).
10	Электронная библиотека Издатель- ского центра «Академия» (https://academia-moscow.ru/)- <u>сторон- няя</u>	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с лич- ных ПК, мобильных устройств по инди- видуальному аутентификатору (ло- гин/пароль)
11	Электронная библиотека Сбербанка (https://sberbankvip.alpinadigital.ru/) - сторонняя	
12	Электронные ресурсы и библиотеки Федерального государственного бюд- жетного научного учреждения «Цен- тральная научная сельскохозяйствен- ная библиотека» (ФГБНУ ЦНСХБ) http://www.cnsnb.ru/ - сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета; с личных ПК, мобиль- ных устройств, имеющих выход в Интер- нет Доступ к лицензионным ресурсам через терминал удаленного доступа Пензен- ского ГАУ согласно ежегодно заключае- мому договору Заказ документов через службу ЭДД (электронной доставки документов) со- гласно ежегодно заключаемому договору
13	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕК- ТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp?) – <u>сто- ронняя</u>	Доступны поиск, просмотр и загрузка пол- нотекстовых Лицензионных материалов через Интернет (в том числе по электрон- ной почте) по IP адресам университета без ограничения количества пользователей Неограниченный доступ с личных компью- теров для библиографического поиска, просмотра оглавления журналов.
14	НЭБ — Национальная электронная библиотека — скачать и читать он- лайн книги, диссертации, учебные по- собия (https://rusneb.ru/) – <u>сторонняя</u>	Доступ в зале обеспечения цифровыми ре- сурсами и сервисами, коворкинга НБ (ауд. 5202)
15	База данных POLPRED.COM Обзор СМИ (https://polpred.com/news) - <u>сто- ронняя</u>	С любого компьютера локальной сети уни- верситета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуаль- ному аутентификатору (логин/пароль)
16	Справочно-правовая система «КОН- СУЛЬТАНТ+» (https://www.consultant.ru/) – <u>сторон- няя</u>	В залах университета (ауд. 1237, 5202) без пароля
17	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» (https://cyberleninka.ru/) - <u>сторонняя</u>	Доступ свободный
18	Центр цифровой трансформации в сфере АПК (https://cctmcx.ru/)- <u>сто- ронняя</u>	Доступ свободный
19	Технологический портал Минсельхоза России (http://usmt.mcx.ru/opendata) – сторонняя	Доступ свободный

20	Федеральная служба государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
21	Законодательство России. Официальный интернет-портал правовой информации (http://pravo.gov.ru/ips/) - сторонняя	Доступ свободный
22	Единый портал бюджетной системы Российской Федерации Электронный бюджет (https://budget.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
23	Национальная платформа открытого образования (https://npoed.ru/)- сторонняя	Доступ свободный
24	Про Школу ру - бесплатный школьный портал (https://proshkolu.ru) /- сторонняя	Доступ свободный
25	Портал Национального фонда подготовки кадров - НФПК (https://www.ntf.ru/) - сторонняя	Доступ свободный
26	Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы АРБИКОН (https://arbicon.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
27	ФИПС - Федеральное государственное бюджетное учреждение Федеральный институт промышленной собственности (https://www1.fips.ru/)- сторонняя	Доступ свободный
28	Библиотека им. М.Ю. Лермонтова (https://www.liblermont.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
29	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области (https://58.rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
30	Сводный Каталог Библиотек России (https://skbr21.ru/#/)- сторонняя	Доступ свободный
31	Центр «ЛИБНЕТ» (http://www.nilc.ru/skk/)- сторонняя	Доступ свободный
32	Российская государственная библиотека (https://www.rsl.ru/) - сторонняя	Доступ свободный
33	Электронный каталог Российской национальной библиотеки-РНБ (https://primo.nlr.ru/primo-explore/search?vid=07NLR_VU1) – сторонняя	Доступ свободный
34	РОСИНФОРМАГРОТЕХ (https://rosinformagrotech.ru/) – сторонняя	Доступ свободный

Таблица 9.5 – Перечень информационных технологий (перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем), используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (редакция от 01.09.2025)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Электронная библиотека Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) - собственная генерация Электронные учебные, научные и периодические издания по основным профессиональным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования, реализуемым в университете	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP.
2	Электронный каталог научной библиотеки Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) – собственная генерация Объем записей – более 34,0 тыс.	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет
3	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. (https://urait.ru/) – сторонняя Полная коллекция на все материалы Открытая библиотека	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 779 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 01 февраля 2019 г. ИНН/КПП 7703523085/772001001 Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет
4	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp?) – сторонняя - Подписка Пензенского ГАУ на коллекцию из 23 российских журналов в полнотекстовом электронном виде - Рефераты и полные тексты более 28 млн. научных статей и публикаций. - Электронные версии более 19470 российских научно-технических журналов, в том числе более 8100 журналов в открытом доступе	Лицензионный договор №SU-13642/2025 с ООО НЭБ на доступ к электронным изданиям в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU» от 21 февраля 2025 г. ИНН/КПП 7729367112/772801001 Доступны поиск, просмотр и загрузка полнотекстовых Лицензионных материалов через Интернет (в том числе по электронной почте) по IP адресам университета без ограничения количества пользователей Неограниченный доступ с личных компьютеров для библиографического поиска, просмотра оглавления журналов.
5	Справочно-правовая система «КОНСУЛЬТАНТ+» (https://www.consultant.ru/) – сторонняя	В залах университета (ауд. 1237, 5202) без пароля

	Законодательство, Судебная практика, Финансовые консультации, Комментарии законодательства, Формы документов, Международные правовые акты, Технические нормы и правила. Электронные версии книг и научных журналов, другие информационные ресурсы	
6	<p>Федеральная служба государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/) – сторонняя</p> <ul style="list-style-type: none"> - Официальная статистика - Переписи и обследования - Публикации, характеризующие социально-экономическое положение субъектов Российской Федерации - Статистические издания 	Доступ свободный
7	<p>Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области (https://58.rosstat.gov.ru/) – сторонняя</p> <ul style="list-style-type: none"> - Статистика - Переписи и исследования - Официальная статистика - Муниципальная статистика - Публикации - Электронные версии публикаций статистических изданий - Информационно-аналитические материалы - Официальные публикации Росстата 	Доступ свободный

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10.1 – Материально-техническое обеспечение дисциплины
«Конъюнктура продовольственного рынка»

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения, наличие возможности подключения к сети «Интернет»	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства. Реквизиты подтверждающего документа
1	Конъюнктура продовольственного рынка	Учебная аудитория для проведения учебных занятий 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1356 <i>Помещение для междисциплинарной подготовки</i>	Специализированная мебель: модули двухместные левосторонние; модули двухместные правосторонние; модули радиальные; кресла офисные; столы круглые. Оборудование и технические средства обучения: веб-камеры; микрофонная радиосистема; настольные микрофонные стойки; телевизор SUMSUNG; громкоговорители потолочные; ноутбук.	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: • MS Windows 10 (V9414975, 2021); • MS Office 2021 (V9414975, 2021); • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License)**. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.
2	Конъюнктура продовольственного рынка	Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 5202 <i>Зал обеспечения цифровыми ресурсами и сервисами, коворкинга</i>	Специализированная мебель: парты треугольные, столы компьютерные, стол сотрудника, витрина для книг, стулья. Оборудование и технические средства обучения: персональные компьютеры, телевизор, экранизированное устройство книговыдачи, считыватели	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: • MS Windows 10 (V9414975, 2021); • MS Office 2019 (V9414975, 2021).

		<i>Помещение для научно-исследовательской работы</i>	электронных читательских билетов/банковских карт.	<ul style="list-style-type: none"> • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License)**; • СПС «КонсультантПлюс» («Договор об информационной поддержке» от 03 мая 2018 года (бессрочный))*; • НЭБ РФ. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.
3	Конъюнктура продовольственного рынка	Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1237 Зал обслуживания научными ресурсами, автоматизации RFID-технологий, коворкинга Отдел учета и хранения фондов	Специализированная мебель: столы читательские, столы компьютерные, стол одно-тумбовый, стулья, шкафы-витрины для выставок Оборудование и технические средства обучения: персональные компьютеры.	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: <ul style="list-style-type: none"> • MS Windows 7 (46298560, 2009); • MS Office 2010 (61403663, 2013); • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License)**; • СПС «КонсультантПлюс» («Договор об информационной поддержке» от 03 мая 2018 года (бессрочный))*. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.

Таблица 10.1 – Материально-техническое обеспечение дисциплины
«Конъюнктура продовольственного рынка» (редакция от 01.09.2025 г.)

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения, наличие возможности подключения к сети «Интернет»	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства. Реквизиты подтверждающего документа
1	Конъюнктура продовольственного рынка	Учебная аудитория для проведения учебных занятий 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1356 <i>Помещение для междисциплинарной подготовки</i>	Специализированная мебель: модули двухместные левосторонние; модули двухместные правосторонние; модули радиальные; кресла офисные; столы круглые. Оборудование и технические средства обучения: веб-камеры; микрофонная радиосистема; настольные микрофонные стойки; телевизор SAMSUNG; громкоговорители потолочные; ноутбук.	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: • MS Windows 10 (V9414975, 2021); • MS Office 2021 (V9414975, 2021); • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License). Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.
2	Конъюнктура продовольственного рынка	Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 5202 <i>Зал обеспечения цифровыми ресурсами и сервисами, коворкинга</i> <i>Помещение для научно-исследовательской работы</i>	Специализированная мебель: парты треугольные, столы компьютерные, стол сотрудника, витрина для книг, стулья. Оборудование и технические средства обучения: персональные компьютеры, телевизор, экранизированное устройство книговыдачи, считыватели электронных читательских билетов/банковских карт. • НЭБ РФ.	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: • MS Windows 10 (V9414975, 2021); • MS Office 2019 (V9414975, 2021). • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License); • СПС «КонсультантПлюс»

			Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.	(«Договор об информационной поддержке» от 03 мая 2018 года (бессрочный)); • НЭБ РФ. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.
3	Конъюнктура продовольственного рынка	Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1237 <i>Зал обслуживания научными ресурсами, автоматизации RFID-технологий, коворкинга</i> <i>Отдел учета и хранения фондов</i>	Специализированная мебель: столы читательские, столы компьютерные, стол одно-тумбовый, стулья, шкафы-витрины для выставок. Оборудование и технические средства обучения, комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: персональные компьютеры.	Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: • MS Windows 7 (46298560, 2009); • MS Office 2010 (61403663, 2013); • Yandex Browser (GNU Lesser General Public License); • СПС «КонсультантПлюс» («Договор об информационной поддержке» от 03 мая 2018 года (бессрочный)). Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; Выход в Интернет.

* - лицензионное программное обеспечение отечественного производства;

** - свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

«Конъюнктура продовольственного рынка» как наука имеет свой предмет и метод. Раскрытие предмета и метода дисциплины позволяет установить его содержание и отличие от других предметов. Предметом дисциплины являются субъекты предпринимательства, современные формы бизнеса.

Понимание содержания предмета достигается через познание сущности его метода. Метод данной дисциплины охватывает способы и приемы, при помощи которых изучается его предмет. К числу методов относят: статистический, экспертный, комбинированный, аналитический.

При подборе литературы по изучению данной дисциплины следует обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки, а также использовать систему Internet.

Изучение литературы по выбранной теме нужно начинать с общих работ. При изучении литературы желательно соблюдать следующие рекомендации:

- начинать следует с литературы, раскрывающей теоретические аспекты изучаемого вопроса - монографий и журнальных статей, после этого использовать инструктивные материалы;

- детальное изучение студентом литературных источников заключается в их конспектировании и систематизации (выписки, цитаты, краткое изложение содержания литературного источника или характеристика фактического материала); систематизацию получаемой информации следует проводить по основным разделам выпускной квалификационной работы, предусмотренным планом;

- изучая литературные источники, следите за оформлением выписок, чтобы в дальнейшем было легко ими пользоваться;

- старайтесь ориентироваться на последние данные по соответствующей проблеме, опираться на авторитетные источники, точно указывать, откуда

взяты материалы; при отборе фактов из литературы подходить к ним критически.

Особой формой фактического материала являются цитаты, которые используются для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника. Число используемых цитат должно быть оптимальным, т.е. определяться потребностями разработки темы.

При изучении сложных тем курса целесообразно использовать правило дидактики, предусматривающее переход от известного к неизвестному, от простого – к сложному, а также максимальное привлечение наглядности. Особого внимания заслуживает словарная работа по изучению новых терминов. Теоретический материал целесообразно подкреплять конкретными примерами, и прежде всего – из сферы деятельности, близкой студентам.

Учитывая проблемы ряда студентов с чтением, необходимо добиваться соблюдения ими орфоэпических норм. Обеспечение принципа наглядности достигается привлечением разнообразных схем, диаграмм, таблиц. Учитывая степень сложности схем и диаграмм, целесообразно наиболее сложные изображать на доске до начала занятия. Это позволит экономить время занятия, сосредоточив усилия на уяснение нового материала.

Готовясь к зачету, полезно повторять материал по вопросам. Прочитав вопрос, сначала вспомните и обязательно кратко запишите все, что вы знаете по этому вопросу, и лишь затем проверьте себя по учебнику. Особое внимание обратите на подзаголовки, главы или параграфы учебника, на правила и выделенный текст. Проверьте правильность дат, основных фактов. Только после этого внимательно, медленно прочтите учебник, выделяя главные мысли, – опорные пункты ответа.

Студенту нужно составить четкий план подготовки. Достижение цели и чувство выполненного долга – мощный стимул.

Обязательно следует чередовать работу и отдых, например, 40 минут занятий, затем 10 минут – перерыв. В конце каждого дня подготовки следует

проверить, как вы усвоили материал: вновь кратко запишите планы всех вопросов, которые были проработаны в этот день.

Одной из форм подготовки высококвалифицированных специалистов в области менеджмента и предпринимательства является тестирование знаний студентов. Последовательное изучение тестового материала даст возможность снизить затраты времени на овладение курсом «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания».

Использование тестов особенно эффективно при внедрении новых форм обучения.

Задачи в области образовательного тестирования можно разделить на три основные части: теоретическую, прикладную и нормативную (законодательную). Задачи теоретической части являются наиболее важными. Структура теоретической части состоит из четырех блоков:

- 1) основные представления образовательного тестирования,
- 2) основы обеспечения единства процедур тестирования,
- 3) основы разработки и применения образовательных тестов,
- 4) основы обеспечения точности оценивания знаний.

Содержание названных блоков следующее:

1. *Основные представления образовательного тестирования.* В образовательном тестировании необходимо сформулировать основные понятия, термины, разработать научные положения о мерах образовательной информации и методологию исследований. В основе тестирования лежат представление об объекте исследования. Недостаточная обоснованность основных представлений приводит к многократному решению аналогичных задач заново.

2. *Основы обеспечения единства процедур тестирования.* Это блок определяет практическую ценность новой технологии оценивания знаний. Он включает в себя теоретическое обоснование характеристик образовательной информации.

3. *Основы разработки и применения образовательных тестов.* Этот блок обобщает опыт разработки и практического применения различных форм

заданий теста, а также методов распознавания знаний по этим тестам. Актуальность этого блока объясняется тем, что все большее значение приобретают универсальные формы заданий тестов и оценка знаний в лингвистической и количественной форме.

4. *Основы обеспечения точности оценивания знаний методом тестирования.* Этот блок связан с теорией погрешностей системы предметного тестирования. Актуален вопрос о предельно достижимой погрешности оценивания знаний методом тестирования.

12. СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Аида (AIDA) - одна из самых распространенных моделей рекламного обращения. Аббревиатура английских слов: внимание, интерес, желание, действие. В 1896 г. предложена Э. Левисом (США).

Бартерная сделка - обмен непосредственно товарами и услугами без денежного участия.

Бенчмаркинг - 1. Функция маркетинговой деятельности. 2. Исследование технологии, технологических процессов и методов организации производства и сбыта продукции на лучших предприятиях партнеров и конкурентов в целях повышения эффективности собственной фирмы. 3. Метод анализа превосходства и оценки конкурентных преимуществ партнеров и конкурентов однотипной или смежной отрасли в целях изучения и использования лучшего, чтобы собственной фирме стать лучше (принцип - от лучшего к лучшему).

Биржи товарные - постоянно действующие рынки массовых товаров, однородных по качеству, продаваемых партиями строго определенного количества по стандартным качественным показателям, причем эти партии необословлены и свободно заменяемы.

Биржи фондовые - постоянно действующий и управляемый рынок, на котором продаются и покупаются ценные бумаги (акции, облигации). Курс ценных бумаг зависит от спроса и предложения, на которые в свою очередь оказывает влияние размер выплачиваемого по ценным бумагам дохода (дивиденда или процента).

Брокер - посредник между покупателями и продавцами, помогающий им договориться в осуществлении купли-продажи товара или услуги. Брокеру платит тот, кто привлек его. Брокер не держит товарных запасов, не принимает участия в финансировании сделок, не принимает на себя никакого риска. В маркетинге брокер - это одно из звеньев канала распределения.

Брэнддинг - область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формирование уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов.

Бюджет маркетинга - финансовый план маркетинга, система показателей, раздел плана маркетинга предприятия, в котором в детализированной форме (по элементам комплекса маркетинга или по мероприятиям маркетинга) приведены величины затрат, доходов и прибыли от (для) осуществления маркетинговой деятельности фирмы. Планирование бюджета маркетинга может основываться на целевой прибыли или исходя из оптимизации прибыли.

Вариация товара - модификация товара, который уже производится и находится на рынке, путем изменения его отдельных свойств или показателей качества. Могут быть изменены физические (материал, качество), эстетические (дизайн, цвет, форма), символические (название марки товара) свойства товара. Важнейшими стратегиями модификации могут быть стратегии улучшения качества товара, повышения полезности товара, улучшение формы и стиля товара.

Демпинг - продажа товара по ценам, значительно ниже среднего рыночного уровня, так называемым "бросовым", иногда ниже себестоимости. Во многих западных странах действуют антидемпинговые законодательства, которые защищают прибыль национальных производителей и нередко препятствуют ввозу товаров из других стран, предлагаемых по пониженным ценам в связи с недостаточной конкурентоспособностью.

Диагностика конкурентной среды - специфический, самостоятельный этап маркетингового исследования, необходимый для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Диверсификация - 1. Вид товарной стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов. 2. Одновременное расширение, развитие двух и более (не связанных друг с другом) видов производств в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли. Применяют горизонтальную, вертикальную и скрытую стратегии диверсификации.

Диверсификация горизонтальная - пополнение ассортимента фирмы новыми изделиями, которые не связаны с выпускаемыми ныне, но могут вызвать интерес существующей клиентуры.

Диверсификация конгломератная - пополнение ассортимента изделиями, не имеющими никакого отношения ни к применяемой фирмой технологии, ни к ее нынешним товарам и рынкам.

Диверсификация концентрическая - пополнение ассортимента новыми изделиями, которые с технической или маркетинговой точки зрения похожи на существующие товары фирмы.

Дилер - в переводе с английского языка и по виду занятий - это делец. Так, например, Д. фондовой биржи - это человек, торгующий ценными бумагами и за свой счет и по поручению. Хотя Д. иногда выступает как брокер, в его деятельности преобладает не посредничество, а самостоятельная торговля, в которой он становится собственником приобретаемых товаров. В отличие от брокера и торгового агента доходы Д. складываются в основном не за счет вознаграждений, а из разницы между проданной и покупной ценой товара. В маркетинге Д. - это возможное звено каналов распределения.

Жизненный цикл товара — период чередования основных фаз существования товара: разработки, производства, выхода на рынок, роста, насыщения рынка и морального старения.

Издержки производства и реализации продукции — стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и реализацию продукции.

Износ основных фондов — постепенная утрата основными фондами (зданиями, машинами и другими средствами труда) их полезных свойств. Различаются физический и моральный износ основных производственных фондов. *Физический износ* — материальное снашивание средств труда вследствие их использования и воздействия сил природы. *Моральный износ* средств труда

может наступить до полного физического износа вследствие того, что появляются более производительные, точные и экономичные машины и оборудование.

Имущество — совокупность имущественных прав данного лица каждое из которых может быть по отдельности отчуждено (продано подарено, уничтожено).

Инвестиции — долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих предприятий, освоения новейших технологий и техники, производства и получения прибыли.

Инвестиционная политика — определение наиболее приоритетных направлений капитальных вложений, от которых зависит повышение эффективности экономики, обеспечение наибольшего прироста продукции и национального дохода на каждый рубль.

Инвестиционный климат — это совокупность политических, экономических, юридических, социальных, бытовых и других факторов, которые определяют, в конечном счете, степень риска капиталовложений и возможность их эффективного использования.

Инвестиционный проект — план вложения капитала в целях получения прибыли; система, включающая в себя определенный набор организационно-правовых и расчетно-финансовых документов, необходимых для осуществления определенных целей, получения определенных результатов.

Инвестор — частный предприниматель, организация или государство, осуществляющие долгосрочное вложение капитала в какое-либо дело, предприятие в целях получения прибыли.

Инжиниринг — предоставление на коммерческой основе (в форме контракта) различных инженерно-консультационных услуг.

Инновация — нововведение, комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств (нового практического средства) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества.

Интенсификация — процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса. Интенсивное экономическое развитие противопоставляется экстенсивному, сущность которого состоит в дополнительном вовлечении ресурсов.

Инфраструктура — комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное (или какое-либо другое) производство, а также население. Включает транспорт, связь, торговлю, материально-техническое обеспечение, науку, образование, здравоохранение.

Капитальные вложения — затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов. *Окупаемость капитальных вложений* — показатель эффективности капитальных вложений, определяемый как отношение капитальных вложений к

экономическому эффекту, получаемому от их использования в процессе производства.

Качество — совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

Качество продукции — совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением.

Коллективный договор — правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателем и работником на предприятии.

Коммерческая тайна предприятия — не являющиеся государственными секретами сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением финансами и другой деятельностью предприятия, разглашение которых может нанести ущерб его интересам.

Компания — образуемое на базе паевого капитала объединение предпринимателей, являющееся юридическим лицом. Разновидное-ти: акционерное общество, компания с ограниченной ответственностью и др.

Конверсия — переориентация предприятия на производство продукции принципиально другого типа.

Конкурентоспособность — способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком качественном уровне.

Концентрация производства — сосредоточение выпуска продукции на крупных предприятиях.

Концерн — объединение самостоятельных предприятий различных отраслей, связанных совместными разработками, посредством системы участия, патентно-лицензионных соглашений, финансирования, тесного производственного сотрудничества.

Кооперирование — процесс установления длительных прямых хозяйственных связей по совместному изготовлению конечного продукта.

Корпоративное управление - система управления, выражающая согласованную волю собственника имущества, менеджеров и трудового коллектива.

Кредиторы — лица, имеющие по отношению к должнику права требования по денежным обязательствам и иным обязательствам об уплате обязательных платежей, о выплате выходных пособий и об оплате труда лиц, работающих по трудовому договору.

Лизинг — способ финансирования инвестиций, основанный на долгосрочной аренде имущества при сохранении права собственности за арендодателем; средне- и долгосрочная аренда машин, оборудования и транспортных средств.

Лицензия — специальное разрешение юридическому лицу уполномоченных на то государственных органов осуществлять конкретные,

оговоренные законом хозяйственные операции, включая внешнеторговые (экспортные и импортные).

Маркетинг — комплексная система управления деятельностью предприятия по разработке, производству и сбыту продукции или предоставлению услуг на основе изучения рынка и активного воздействия на потребительский спрос.

Маркетинговая деятельность предприятия — это комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды предприятия, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ.

Маркетинговая стратегия — комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия.

Материалоемкость продукции — затраты сырья, материалов и других материальных ресурсов на единицу произведенной продукции. Снижение материалоемкости позволяет получить больше готовых продуктов из тех же материальных ресурсов, снижает себестоимость продукции и затраты на развитие сырьевых отраслей.

Механизм регулирования заработной платы — совокупность законодательных и других нормативных актов и действующих на их основе институтов (государственных и общественных), призванных влиять на установление условий оплаты труда в процессе взаимоотношений между работниками и работодателями.

Монополист — единственный производитель конкретного товара. Как правило, назначает за этот товар монопольно высокую цену, в результате чего потребители и общество несут повышенные издержки.

Налоги — обязательные индивидуально-безвозмездные платежи, взимаемые с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства или муниципальных образований.

Налог на добавленную стоимость — косвенный налог; выступает в форме надбавки к цене товара (работ, услуг) и непосредственно не затрагивает доходности предприятия.

Налоговая декларация — письменное заявление налогоплательщика о полученных доходах и произведенных расходах, источниках доходов, налоговых льготах и исчисленной сумме налога и (или) другие данные, связанные с исчислением и уплатой налога.

Налоговая санкция — мера ответственности за совершение налогового правонарушения.

Налоговая система — совокупность обязательных поступлений в бюджеты и во внебюджетные фонды, методы и принципы их построения.

Научно-технический потенциал — обобщенная характеристика уровня развития науки, инженерного дела, техники в стране, возможностей и ресурсов, которыми располагает общество для решения научно-технических проблем.

Научно-технический прогресс — процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства и труда.

Научно-технологическая подготовка производства — комплекс нормативно-технических мероприятий, регламентирующих конструкторскую, технологическую подготовку производства и систему постановки продукции на производство.

Национальная экономика — единый комплекс взаимосвязанных отраслей и видов экономической деятельности, сформированных в результате общественного разделения труда, научно-технического развития, международного сотрудничества, специфичных в пределах той или иной страны.

Несостоятельность (банкротство) — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Неценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы посредством использования маркетинговых мероприятий в области рекламы, товарной марки, торгового знака, ноу-хау и т.п., направленных на подчеркивание уникальности товара.

Нормативный документ по стандартизации — документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся объектов стандартизации, определенных видов деятельности или их результатов, и доступный широкому кругу пользователей.

Оборот оборотных средств — движение оборотных средств предприятия, последовательный переход из одной формы в другую. Чем быстрее оборачиваются оборотные средства на предприятии, тем больше продукции оно сможет выпустить с той же суммой оборотных средств. Ускорение оборачиваемости оборотных средств достигается строгим соблюдением нормативов производственных запасов, сокращением производственного цикла, быстрой реализацией готовой продукции.

Оборотные производственные фонды — предметы труда, используемые в производстве (сырье, материалы, топливо, тара, запасные части для ремонта и др.). Полностью потребляются в каждом производственном цикле и приобретаются за счет оборотных средств предприятия.

Оборотные средства — выраженные в денежной форме средства предприятия, вложенные в производственные запасы, незавершенное производство, готовую продукцию, затраты на освоение новой продукции, расходы будущих лет.

Обязательные платежи — налоги, сборы и иные обязательные взносы в бюджет соответствующего уровня и в государственные внебюджетные

фонды в порядке и на условиях, которые определяются законодательством Российской Федерации.

Оплата труда — регулярно получаемое вознаграждение за произведенную продукцию или оказанные услуги, включая оплату отпусков, праздничных дней и другого неотработанного времени в соответствии с трудовым законодательством и коллективными договорами.

Оптимальный размер предприятия — размер предприятия, обеспечивающий выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом приведенных затрат и максимально возможной эффективностью.

Организация — система, состоящая из подсистем или частей. В хозяйственной организации выделяются две части: управляемая и управляющая или соответственно объект и субъект управления. Организация как субъект может представлять собой аппарат управления предприятия либо объединения предприятий, как объект — выступает таковой в единстве всех структурных единиц производства и хозяйства или иных видов деятельности. В соответствии с Гражданским кодексом РФ (ст. 48) организация — это юридическое лицо, которое имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. При этом юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации), либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации) (ст. 50).

Основные непроизводственные фонды — предметы длительного пользования, обслуживающие в обществе непроизводственное потребление. К ним относятся жилые здания, поликлиники, клубы, санатории, стадионы и т.п., находящиеся на балансе предприятия.

Основные производственные фонды — средства труда (здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства и др.), с помощью которых изготавливается продукция. Они служат длительный срок, сохраняют в процессе производства свою натуральную форму и переносят свою стоимость на готовый продукт частями, по мере износа. Пополняются за счет капитальных вложений.

Отрасль (экономической деятельности) — совокупность предприятий и организаций, для которых характерна общность сферы деятельности, выпускаемой продукции, технологии производства, использования сырья, основных фондов и профессиональных навыков работников.

Оценка уровня качества продукции — совокупность операций, включающая выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми.

Персонал — личный состав организации или часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным или иным признакам.

Подбор кадров — процесс, включающий определение требований, которые предъявляет каждая должность к кандидатам на замещение;

установление качеств личности кандидатов; отбор кандидатов, которые по своим качествам наиболее соответствуют требованиям должности; назначение на должность.

Подготовка кадров — система образования, дающая знания, навыки и умения для выполнения работы в определенной области деятельности.

Позиционирование товара — выбор конкретного рынка и определение круга конкурентов организации. Изучив позиции конкурентов, организация решает, занять ли место, близкое к одной из позиций конкурентов, или попытаться заполнить выявленную на рынке нишу.

Показатель качества продукции — это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации и потребления.

Портфельная стратегия — управление всеми предприятиями и организациями, входящими в корпорацию, с помощью ценных бумаг. Важное значение здесь имеют пути образования портфелей.

Портфельные инвестиции — инвестиции в долгосрочные ценные бумаги (акции, облигации, векселя и др.).

Право оперативного управления — право учреждения или казенного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться закрепленным за ним имуществом собственника в пределах, установленных законом, в соответствии с целями его деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

Право хозяйственного ведения — это право государственного или муниципального предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом собственника в пределах, установленных законом или иными правовыми актами.

Предприятие — являющийся юридическим лицом самостоятельный хозяйственный субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Прогнозирование — научно обоснованное предсказание вероятностного развития событий или явлений на будущее на основе статистических, социальных, экономических и других исследований.

Производительность труда — продуктивность производственной деятельности людей; измеряется количеством продукции, произведенной работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени, или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции. Общественная производительность труда выражается в размере произведенного национального дохода в расчете на одного занятого в отраслях материального производства.

Производственная мощность — максимально возможный выпуск продукции при наиболее полном и рациональном использовании основных производственных и оборотных фондов, а также финансовых ресурсов.

Производственная структура — совокупность связей производственных подразделений предприятия — цехов, участков, обслуживающих хозяйств и служб, прямо или косвенно участвующих в производственном процессе.

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

Производство — процесс создания материальных благ, необходимый для существования и развития общества.

Прямой маркетинг — форма маркетинга, которая подразумевает общение непосредственно, напрямую с покупателями.

Реклама — использование продавцом платных средств распространения информации для доведения увещательных сведений о товарах, услугах или организациях; является мощным средством стимулирования сбыта продукции.

Реконструкция — процесс коренного переустройства действующего производства на базе технического и организационного совершенствования, комплексного обновления, модернизации основных фондов.

Рентабельность продукции — показатель эффективности производства, определяемый отношением прибыли от реализации продукции к ее себестоимости (в процентах).

Рентабельность производства — показатель эффективности производства, определяемый отношением общей (балансовой) прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Реструктуризация задолженности — изменения в условиях долгового контракта, в соответствии с которыми кредитор предоставляет должнику какую-либо уступку или преимущество (льготы).

Реструктуризация предприятий — это изменения в управленческой, производственной и др. структурах предприятий в целях их адаптации к кардинально изменившимся условиям хозяйствования.

Ресурсы — факторы производства (трудовые, материальные, финансовые, организационные, информационные и др.), привлекаемые предприятием, фирмой для осуществления поставленных перед собой целей.

Риск — возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и исполнения бюджетов предприятия, фирмы.

Рынок чистой монополии — рынок единственного производителя-продавца, устанавливающего цену с целью получить сверхприбыль за счет извлечения максимально возможного потребительского излишка.

Свободная экономическая зона — часть территории государства, имеющая свободный режим для инвестиций иностранного капитала и упрощенные таможенные правила.

Сегмент рынка — группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Сектор национальной экономики — совокупность институциональных единиц, однородных с точки зрения целей, функций, выполняемых ими в экономическом процессе, поведения и методов финансирования затрат на производство.

Сертификат — документ, удостоверяющий качество товара, выдаваемый компетентными органами на основе экспертизы товара.

Сертификат качества — документ, удостоверяющий качество поставленного товара.

Сертификат соответствия — документально оформленный результат проведения специальной процедуры (соответствие продукции заданным требованиям или условиям).

Сертификация — документальное подтверждение соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.

Система заработной платы — способ увязки цены рабочей силы (ставок заработной платы) с результатами труда работников, позволяющий начислять заработную плату работнику в соответствии с фактическими результатами его труда.

Система показателей — совокупность взаимосвязанных величин, всесторонне отображающих состояние и развитие данного субъекта или явления.

Совместное предпринимательство — форма производственной деятельности предприятий двух или нескольких стран, ориентированной на кооперацию в сфере производства и обращения.

Специализация производства — сосредоточение выпуска конструктивно и технологически однородной продукции массового потребления на крупных предприятиях.

Стандартизация — деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления положений для всеобщего и многократного использования в отношении реально существующих или потенциальных задач.

Стандарт-костинг — система калькулирования себестоимости продукции или затрат путем утверждения целевых или плановых значений (стандартов) по отдельным видам и анализа отклонений между фактическими и стандартными затратами.

Стоимость — денежная оценка какого-либо объекта.

Стратегическое управление — одно из направлений менеджменту, главная задача которого состоит в выработке генерального курса долгосрочных (перспективных) целей корпорации, предприятия и разработке конкретных программ для их достижения. Стратегическое управление рассматривает широкий круг вопросов, связанных с проблемами управления компанией на стратегическом уровне.

Стратегия (организации) — конкретная программа организации, в соответствии с которой осуществляется ее деятельность, дальнейшее совершенствование и управление.

Стратегия ценообразования — совокупность мероприятий по установлению цен на выпускаемую продукцию в целях захвата потребительского излишка и максимизации прибыли.

Структура национальной экономики — количественные соотношения между ее сферами, секторами, отраслями (видами экономической деятельности).

Товар - продукт труда, произведенный для обмена.

Товарная стратегия — комплекс мероприятий, направленный на реализацию маркетинговой стратегии организации; включает в себя разработку товарно-марочной стратегии, новых товаров, коммерческое производство в соответствии с жизненным циклом товара, установление цен на товары, выбор каналов распространения товаров, продвижение товаров на рынок.

Трудовой договор — соглашение между работником и работодателем, по которому работник обязуется выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему трудовому распорядку, а работодатель обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные соответствующим законодательством, коллективным договором.

Трудовые ресурсы — часть населения страны, располагающая совокупностью физических и духовных способностей, которая может принять участие в процессе труда. Трудовые ресурсы характеризуют численность трудоспособного населения и являются важным элементом экономического потенциала страны.

Трудоемкость продукции — величина, обратная показателю производительности живого труда. Определяется как отношение количества труда, затраченного в сфере материального производства, к объему произведенной продукции.

Управление — процесс целенаправленного, систематического и непрерывного воздействия управляющей подсистемы на управляемую с помощью так называемых общих функций управления, образующих замкнутый и бесконечно повторяющийся управленческий цикл.

Управление маркетинговой стратегией — руководство этапами ее разработки и внедрения. Предполагает сбор информации и ее анализ; принятие и исполнение решений; наблюдение за результатами и исправление ошибок.

Управление персоналом — деятельность, выполняемая в организации, которая способствует наиболее эффективному использованию работников для достижения организационных и личных целей.

Управленческая информация — политическая, экологическая, социальная, техническая, экономическая и другие виды информации, которые образуют информационное пространство для принятия решения.

Уровень качества продукции — относительная характеристика ее качества, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции, с базовыми значениями соответствующих показателей.

Фирма — предприятие или совокупность специализированных организаций любой формы собственности, являющихся юридическими лицами и объединяющих под одним управлением (и общим фирменным наименованием) производство и сбыт товаров.

Фондовооруженность — показатель оснащенности основными производственными фондами (размер основных производственных фондов в расчете на одного работника или рабочего предприятия).

Фондоемкость — показатель, обратный фондоотдаче. Исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов к объему произведенной продукции.

Фондоотдача — количество продукции в расчете на рубль основных производственных фондов. Рост фондоотдачи — важнейшее направление лучшего использования основных производственных фондов.

Франчайзи (оператор) — мелкое предприятие, заключающее сделки с крупным предприятием-франчайзером.

Франчайзинг — смешанная форма крупного и малого предпринимательства; система взаимовыгодных партнерских отношений.

Франчайзер — крупное предприятие (корпорация, фирма и т.п.), заключающее договор франчайзинга с франчайзи.

Функциональная стратегия — стратегия на уровне отдельных подразделений фирм. Главная задача функциональной стратегии — доведение целей и задач деловой стратегии до каждого конкретного исполнителя в структурном подразделении.

Фактор — причина, движущая сила какого-либо процесса или явления, определяющая его характер или одну из основных черт.

Федеральные налоги — налоги и сборы, устанавливаемые Налоговым кодексом и обязательные к уплате на всей территории РФ.

Философия маркетинга — совокупность принципов, ценностей и убеждений, основанных на том, что эффективность деятельности организации зависит от степени удовлетворения потребительского спроса.

Финансовые вложения — вложения денежных средств, материальных и иных ценностей в ценные бумаги других юридических лиц, процентные облигации государственных и местных займов, в уставные (складочные) капиталы других юридических лиц, созданных на территории страны, капитал организаций за рубежом и т.п., а также займы, предоставленные другим юридическим лицам.

Цена — это денежное выражение стоимости единицы продукции.

Ценовая конкуренция — это вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на продукцию.

Ценовая политика предприятия — комплекс мероприятий, направленный на установление оптимальной цены на продукцию в целях максимизации прибыли.

Экономическая информация — сведения о состоянии стадий общественного воспроизводства: потребления, производства, обмена, распределения и перераспределения.

Экономически активное население — часть населения, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг.

Экономически неактивное население — часть населения, вне рабочей силы, которая не имеет работы, не ищет ее и не готово работать.

Элементы налога (субъект, объект, ставка, налоговая база и др.) — отражают социально-экономическую сущность налога, его родовые признаки.

Эргономика — наука, занимающаяся изучением взаимной адаптации человека и машины.

Этика — система норм нравственного поведения людей, их обязанностей по отношению друг к другу и к обществу в целом.

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Конъюнктура продовольственного рынка»,
одобренной методической комиссией
технологического факультета
и утвержденной деканом

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Пензенский государственный аграрный университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Конъюнктура продовольственного рынка

Направление подготовки
19.04.03 Продукты питания животного происхождения

Направленность (профиль) программы
Биотехнология продуктов
животного происхождения

(программа магистратуры)

Квалификация
«Магистр»

Форма обучения – очная

Пенза – 2024

1 Перечень компетенций

Конечным результатом освоения программы дисциплины является достижение показателей форсированности компетенций «знать», «уметь», «владеть», определенных по отдельным компетенциям.

Таблица 1.1 – Дисциплина «Конъюнктура продовольственного рынка» направлена на формирование компетенций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Этапы формирования компетенции
УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1 _{УК-1} Знать: алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	32 (ИД-1 _{УК-1}) Знать: проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения
	ИД-2 _{УК-1} Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения	У2 (ИД-2 _{УК-1}) Уметь: грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач
	ИД-3 _{УК-1} Владеть: методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций	В2 (ИД-3 _{УК-1}) Владеть: навыками системного подхода в решении проблемных ситуаций продовольственного рынка
ОПК-1 способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	ИД-1 _{ОПК-1} Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	32 (ИД-1 _{ОПК-1}) Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка
	ИД-2 _{ОПК-1} Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	У2 (ИД-2 _{ОПК-1}) Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка

	<p>ИД-3 <small>ОПК-1</small></p> <p>Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка</p>	<p>В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)</p> <p>Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка</p>
--	--	---

2 ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Таблица 2.1 – Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код и наименование контролируемой компетенции	Код и содержание индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты	Наименование оценочного средства
1	Рынки с.-х. продукции и продовольствия и их основные характеристики	УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1 _{УК-1} Знать: алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	32 (ИД-1 _{УК-1}) Знать: проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения	Вопросы теста Темы дискуссии Вопросы для сдачи зачета
			ИД-2 _{УК-1} Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения	У2 (ИД-2 _{УК-1}) Уметь: грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета
			ИД-3 _{УК-1} Владеть: методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций	В2 (ИД-3 _{УК-1}) Владеть: навыками системного подхода в решении проблемных ситуаций продовольственного рынка	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета
2	Маркетинговые исследования рынков	ОПК-1 способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	ИД-1 _{ОПК-1} Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	32 (ИД-1 _{ОПК-1}) Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета

			<p>ИД-2 <small>ОПК-1</small></p> <p>Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка</p>	<p>У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>)</p> <p>Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка</p>	<p>Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета</p>
			<p>ИД-3 <small>ОПК-1</small></p> <p>Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка</p>	<p>В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)</p> <p>Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка</p>	<p>Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета</p>

3 Контрольные мероприятия и применяемые оценочные средства

Таблица 3.1 – Контрольные мероприятия и применяемые оценочные средства по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка»

Код и содержание индикатора достижения компетенции	Наименование контрольных мероприятий							
	Дискуссия	Тестирование	Имитационные задачи	Анализ конкретных ситуаций	Доклад	Разработка проекта	Зачёт	Экзамен
	Наименование материалов оценочных средств							
	Вопросы дискуссии	Фонд тестовых заданий	Комплект имитационных задач	Кейсы	Темы доклада	Темы индивидуальных заданий	Вопросы к зачёту	Вопросы к экзамену
ИД-1 _{УК-1} Знать: алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	+	+					+	
ИД-2 _{УК-1} Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения			+				+	
ИД-3 _{УК-1} Владеть: методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций			+				+	
ИД-1 ОПК-1 Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные	+	+					+	

концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка								
ИД-2 ОПК-1 Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка						+	+	
ИД-3 ОПК-1 Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка						+	+	

4 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Таблица 4.1 – Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенции

Индикаторы компетенции	Оценки сформированности индикатора компетенций			
	Неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий				
32 (ИД-1 _{УК-1}) знать проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения				
Полнота знаний	Фрагментарные знания проблем современного продовольственного рынка	Общие, но не структурированные знания проблем современного продовольственного рынка	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания проблем современного продовольственного рынка	Сформированные систематические знания проблем современного продовольственного рынка
У2 (ИД-2 _{УК-1}) уметь грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач				
Наличие умений	Частично освоенное умение находить и использовать экономическую информацию для принятия обоснованных решений в сфере производства и продаж продуктов питания животного происхождения	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение находить и использовать экономическую информацию для принятия обоснованных решений в сфере производства и продаж продуктов питания животного происхождения	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение находить и использовать экономическую информацию для принятия обоснованных решений в сфере производства и продаж продуктов питания животного происхождения	Сформированное умение находить и использовать экономическую информацию для принятия обоснованных решений в сфере производства и продаж продуктов питания животного происхождения
ИД-3 _{УК-3} владеть навыками лидера в организации работы и эффективного руководства, управления командой путём разрешения возникающих в команде разногласий				
Наличие навыков (владение опытом)	Фрагментарное применение навыков определения основных показателей, характеризующих элементы и динамику конъюнктуры рынка	В целом успешное, но не систематическое применение навыков определения основных показателей, характеризующих элементы и динамику конъюнктуры рынка	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками определения основных показателей, характеризующих элементы и динамику конъюнктуры рынка	Успешное и систематическое применение навыков определения основных показателей, характеризующих элементы и динамику конъюнктуры рынка

Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач в сфере современного продовольственного рынка	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач в сфере современного продовольственного рынка	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач в сфере современного продовольственного рынка	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач в сфере современного продовольственного рынка
ОПК-1 способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия				
32 (ИД-1ОПК-1) Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка				
Полнота знаний	Фрагментарные знания теоретических основ формирования и функционирования конъюнктуры продовольственного рынка	Общие, но не структурированные знания о теоретических основах формирования и функционирования конъюнктуры продовольственного рынка	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о теоретических основах формирования и функционирования конъюнктуры продовольственного рынка	Сформированные систематические знания о теоретических основах формирования и функционирования конъюнктуры продовольственного рынка
У2 (ИД-2ОПК-1) Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка				
Наличие умений	Частично освоенное умение планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Сформированное умение планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка
В2 (ИД-3ОПК-1) Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка				

Наличие навыков (владение опытом)	Фрагментарное применение навыков разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В целом успешное, но не систематическое применение навыков разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Успешное и систематическое применение навыков разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций предприятия	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач в сфере современного продовольственного рынка	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач в сфере современного продовольственного рынка	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций предприятия

5 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы для промежуточной аттестации (зачёта) по оценке сформированности компетенций

Вопросы для промежуточной аттестации (зачёта) по оценке сформированности компетенции УК-1(32 (ИД-1_{УК-1}))

- 1 Современное состояние продовольственных рынков России
- 2 Современные тенденции маркетинга продовольствия
- 3 Конкурентоспособность продукции: понятие и методы оценки
- 4 Конкурентоспособность организации
- 5 Понятие конкуренции, ее виды и методы
- 6 Сущность и виды анализа конъюнктуры рынка
- 7 Основные элементы рыночного механизма
- 8 Этапы диагностики конкурентной среды
- 9 Система информации о состоянии и перспективах развития рынка.
- 10 Товар и его коммерческие характеристики.
- 11 Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Виды кривых ЖЦТ.
- 12 Позиционирование и конкурентоспособность товара.
- 13 Сущность и направления товарной политики.
- 14 Понятие о товарном ассортименте и портфеле товаров.
- 15 Управление товарным ассортиментом.
- 16 Спрос и предложение товара.
- 17 Эластичность спроса и предложения товара.
- 18 Конъюнктура рынка, механизм формирования рыночной цены.

Вопросы для промежуточной аттестации (зачёта) по оценке сформированности компетенции ОПК-1 (32 (ИД-1_{ОПК-1}))

- 1 Схема проведения рыночных исследований.
- 2 Организация рыночных исследований.
- 3 Маркетинговые среды и их особенности в аграрной сфере.
- 4 Сущность понятий потребитель и покупатель.
- 5 Модель покупательского поведения на потребительском рынке.
- 6 Типы покупательского поведения и способы питания.
- 7 Тенденции в маркетинге продовольствия.
- 8 Модель покупательского поведения на промышленном рынке и рынке промежуточных продавцов.
- 9 Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.
- 10 Технология сегментирования рынка. Признаки сегментирования рынков потребительского товара.
- 11 Стратегии маркетинга по охвату рынка.

- 12 Оценка приоритетного сегмента.
- 13 Ниша рынка и рыночное окно.
- 14 Ценовая политика коммерческой организации.
- 15 Стратегии ценообразования.
- 16 Система продвижения продуктов питания.
- 17 Средства стимулирования сбыта.
- 18 Товарная пропаганда.

ТЕМЫ УЧЕБНЫХ ДИСКУССИЙ

Коды контролируемых индикаторов достижения компетенции

32 (ИД-1_{УК-1})

1. Потребитель в системе рыночных отношений:

Маркетинг взаимодействия как современная концепция рыночного поведения хозяйствующего субъекта.

Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем.

Взаимосвязи между ценовой эластичностью спроса и динамикой выручки продавца.

2. Хеджирование как инструмент снижения рисков на рынках с.-х. продукции:

Сущность, правила, перспективы биржевой торговли.

История развития биржевой торговли.

Организация биржевых торгов.

Особенности электронной торговли.

Виды биржевых сделок.

Хеджирование.

Коды контролируемых индикаторов достижения компетенции

(32 (ИД-1_{ОПК-1}))

3. Современные технологии маркетинговых исследований продовольственных рынков:

Достоинства и недостатки опроса.

Особенности исследования панели и фокус-группы.

Достоинства и недостатки наблюдения.

Роль и виды экспериментов.

Техника организации исследования.

Заказные omnibus исследования.

5.3 Тестовые задания для текущего контроля знаний студентов

Коды контролируемых компетенций УК-1:

32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1})

Вопрос 1

Совокупный спрос по цене на продукты питания:

- а) эластичен
- б) эластичность равна 1
- в) неэластичен
- г) эластичность равна 0

Вопрос 2

Расширение спроса на продукты питания ограничено:

- а) качеством продуктов
- б) высокими ценами
- в) пределом физиологического насыщения
- г) таможенными тарифами

Вопрос 3

При каких условиях изменяется качественная структура потребляемых продуктов:

- а) при увеличении доходов
- б) при снижении цены на продукты
- в) при увеличении производства товаров
- г) при низком уровне доходов

Вопрос 4

На стадии разработки проекта по изготовлению продуктов питания животного происхождения

- а) расходуется 9-15% ресурсов проекта
- б) расходуется 20-30% ресурсов проекта
- в) расходуется 65-80% ресурсов проекта
- г) ресурсы проекта не расходуются

Вопрос 5

Расширение спроса на продовольствие без общего роста доходов населения достигается путем:

- а) увеличения производства продуктов питания
- б) увеличения импорта продуктов питания
- в) диверсификации доходов населения, введение прогрессивной шкалы налогообложения
- г) совершенствования показателей контроля качества

Вопрос 6

В наиболее богатых странах в перспективе:

- а) спрос на продукты питания уменьшится
- б) изменится структура потребления и качества продуктов
- в) возрастет естественное воспроизводство населения
- г) все ответы верны

Вопрос 7

Рациональный спрос на продукты питания обусловлен:

- а) качеством продуктов
- б) спекулятивным спросом
- в) внешним воздействием на ощущаемую полезность товара
- г) дефицитом информации

Вопрос 8

Закон Энгеля связывает понятия:

- а) спроса и предложения на продукты
- б) дохода и предложения на продукты
- в) дохода и расходов на продовольствие
- г) потребления и цены

Вопрос 9

В сетевой матрице И. Ансоффа возможности увеличения продаж путем вывода существующих продуктов на новые сегменты рынка (географические, демографические и т.п.) анализируются в секторе:

- а) расширения рынка
- б) внедрение в рынок
- в) развитие товара
- г) диверсификация

Вопрос 10

При падающем спросе компания использует стратегию:

- а) демаркетинг
- б) ремаркетинга
- в) синхромаркетинг
- г) конверсионный маркетинг

Вопрос 11

В сетевой матрице И. Ансоффа возможности увеличения уровня продаж обновленных (модифицированных) существующих продуктов на существующих рынках в целях увеличения доли рынка компании анализируются в секторе:

- а) углубления рынка
- б) внедрение в рынок
- в) развитие товара
- г) диверсификация

Вопрос 12

Глубина как характеристика продуктовой номенклатуры, отражает:

- а) общее количество продуктов, предлагаемых к реализации
- б) количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп
- в) наименований товаров однородных и разнородных групп
- г) среднее количество продуктовых единиц

Вопрос 13

Число этапов, составляющих процесс ценообразования – ...

- а) три
- б) четыре
- в) пять
- г) шесть

Вопрос 14

Опишите, в чем заключается отличие между понятиями «обмен» и «товарное обращение»?

Вопрос 15

Опишите, анализ чего необходим для определения состояния конъюнктуры на продовольственном рынке?

Вопрос 16

Опишите, что является теоретической основой изучения конъюнктуры высоко-развитых товарных рынков?

Вопрос 17

Какие показатели используются при изучении конъюнктуры рынков продовольственных товаров, дайте им краткую характеристику?

Вопрос 18

Назовите важную задачу анализа конъюнктуры рынка и опишите ее?

Вопрос 19

При анализе производства чему стоит уделять особое внимание и почему?

Вопрос 20

Какие факторы следует учитывать при анализе спроса и предложения, дайте им характеристику?

Вопрос 21

Опишите основные факторы, изучаемые при анализе потребления?

Вопрос 22

Опишите, что дает анализ запасов при проведении исследования политики в области запасов как производителей и продавцов, так и потребителей?

Вопрос 23

Опишите, что следует рассматривать при анализе экспорта и импорта товаров?

Вопрос 24

Опишите признаки развитого продовольственного рынка.

Вопрос 25

Опишите, что представляет собой конъюнктура продовольственного рынка?

Коды контролируемых компетенций ОПК-1:

32 (ИД-1 опк-1), У2 (ИД-2 опк-1), В2 (ИД-3 ОПК-1)

Вопрос 26

Спрос на животноводческую продукцию формирует спрос на:

- а) услуги строительства
- б) бытовые услуги
- в) корма

г) товары промышленного назначения

Вопрос 27

Из перечисленных продуктов наиболее эластичным по цене будет спрос на:

- а) говядине
- б) говядине на кости
- в) филе говядины
- г) все виды мяса

Вопрос 28

На продовольственном рынке мясо говядины и свинины будут иметь следующий коэффициент перекрестной эластичности:

- а) >0
- б) $=1$
- в) <0
- г) $=0$

Вопрос 29

К товарам импульсной покупки относят:

- а) молоко
- б) мороженое
- в) хлеб
- г) консервы

Вопрос 30

Емкость рынка – это:

- а) все ответы верны
- б) объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени
- в) территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия
- г) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке

Вопрос 31

К какой классификационной группе можно отнести молоко, реализуемое населению?

- а) товары импульсной покупки
- б) товары особого спроса
- в) товары постоянного спроса
- г) товары предварительного выбора

Вопрос 32

Если спрос на сыр возрастет, то спрос на молоко...

- а) снизится
- б) является не эластичным
- в) увеличится
- г) не изменится

Вопрос 33

Если цена на свинину увеличится, то спрос на говядину ...

- а) уменьшится
- б) увеличится
- в) не изменится
- г) недостаточно данных для ответа

Вопрос 34

Выберите пару товаров-заменителей:

- а) масло сливочное и маргарин
- б) молоко и сыр
- в) говядина на кости и пельмени
- г) свинина и колбасные изделия

Вопрос 35

Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция
- б) прогрессивная вертикальная интеграция
- в) горизонтальная интеграция
- г) дополняющая диверсификация

Вопрос 36

Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- а) М. Портер
- б) А. Литл
- в) Ф. Котлер
- г) И. Ансофф

Вопрос 37

Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- а) запас конкурентоспособности товара
- б) потребительская ценность товара
- в) цена продажи товара
- г) себестоимость товара

Вопрос 38

Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- а) ценовая конкуренция
- б) неценовая конкуренция
- в) недобросовестная конкуренция
- г) прямая конкуренция

Вопрос 39

Перечислите основные условия существования на потребительском рынке свободной конкуренции?

Вопрос 40

Опишите конкурентоспособность товара и его ключевые элементы?

Вопрос 41

Охарактеризуйте методику оценки конкурентоспособности продовольственных товаров.

Вопрос 42

Опишите сущность позиционирования товара на рынке.

Вопрос 43

Перечислите и опишите основные элементы, которые включает в себя позиционирование товара на рынке?

Вопрос 44

Опишите сущность категории «сравнительные конкурентные преимущества» товара?

Вопрос 45

Опишите сущность категории «ключевая компетентность» предприятия?

Вопрос 46

Опишите методы, применяющиеся при разработке стратегий позиционирования?

Вопрос 47

Перечислите варианты возможных стратегий позиционирования продовольственного товара на рынке.

Вопрос 48

Опишите, чем осложняется развитие российского продовольственного рынка?

Вопрос 49

С чем связана сущность инновационного развития применительно к продовольственному рынку?

Вопрос 50

Опишите, чем обусловлена инновационная активность участников продовольственного рынка?

КОМПЛЕКТ ИМИТАЦИОННЫХ ЗАДАЧ

Коды контролируемых индикаторов достижения компетенции

У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1})

Задача 1. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что мясокомбинат «Каменский» занимает позицию последователя на региональном рынке мясопродуктов. Емкость рынка и динамика продаж продукции характеризуются следующими показателями:

Наименование продукции	Объем продаж, тыс. руб.		Емкость рынка во 2 году, тыс. руб.	Объем продаж конкурента во 2 году, тыс. руб.
	1 год	2 год		
Колбаса «Московская»	1840	1920	8400	2400
Колбаса «Русская»	640	640	4700	470
Сосиски «Молочные»	1300	1490	9600	1300
Шейка «Нежная»	1400	1340	7500	1650

Проведите портфолио-анализ, охарактеризуйте позиции товаров, сформулируйте товарную стратегию мясокомбината «Каменский».

Задача 2. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что мясоптицекомбинат «Пензенский» занимает позицию лидера на региональном рынке мясопродуктов.

Товарная группа	Выручка, тыс.руб.
Колбасы вареные высший сорт	4200
Колбасы вареные 1 сорт	1800
Колбасы вареные 2 сорт	2400
Колбасы варенокопченые	7500
Колбасы полукопченые	3600
Сосиски	1900
Сардельки	1500
Паштеты	2700
Копчености	4500
Ветчины	900

Постройте диаграмму Парето, проведите АВС-анализ оптимистического и пессимистического вариантов, сформулируйте предложения по совершенствованию товарной политики мясоптицекомбината «Пензенский».

Задача 3. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что товар А является неэластичным по спросу и неэластичным по предложению.

Определите, как изменится конъюнктура рынка товара А в длительном периоде в следующих ситуациях:

- Товар А признан «звездой сезона»;
- Повышена ставка акцизного сбора на товар Б, если $E_{А,Б} = -1,2$;
- Потребительские доходы повысились, $E_r = -0,5$;
- Повысились затраты на оплату труда работников, занятых на производстве товара.

Охарактеризуйте динамику выручки продавца в каждой из ситуаций.

Задача 4. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что товар А является эластичным по спросу и предложению.

Определите, как изменится конъюнктура рынка товара А в длительном периоде в следующих ситуациях:

- а) Товар А признан «товаром-неудачником»;
- б) Понижена ставка акцизного сбора на товар Б, если $E_{A,B} = -1,2$;
- в) Потребительские доходы понизились, $E_T = -0,5$;
- г) Уменьшилось количество юридических лиц - импортеров товара А.

Охарактеризуйте динамику выручки продавца в каждой из ситуаций.

Задача 5. Определите, как изменится конъюнктура рынка ряженки в длительном периоде в следующих ситуациях, если коэффициент ценовой эластичности спроса 1,5, коэффициент ценовой эластичности предложения 0,9:

- а) частью производителей регионального рынка приобретена новая технология разлива продукции;
- б) на региональном рынке произошли демографические сдвиги: сократилась численность детей и подростков;
- в) большинство предприятий общественного питания понизили цены на молочные коктейли;
- г) повысились цены на закваски.

Охарактеризуйте динамику выручки продавца в каждой из ситуаций.

Задача 6. Конъюнктура рынка сыров твердых имеет вид:

$$P_d = 11,3 - 2,2 Q_d$$

$$P_s = 7,5 + 1,8 Q_s ;$$

Охарактеризуйте динамику цены равновесия на рынке, если в результате внедрения прогрессивной технологии предложение подсолнечника увеличилось на 1, 7 центнера.

Сформулируйте содержание маркетинг-микс фермера, специализирующегося на выращивании подсолнечника.

Задача 7. Конъюнктура рынка мясных консервов имеет вид:

$$P_d = \frac{15}{Q_d} + 2 ,$$

$$P_s = Q_s + 2.$$

Определите, как изменится равновесная цена на рынке, если в результате изменения покупательских предпочтений равновесный объем продаж составил 5 центнеров.

Сформулируйте содержание маркетинг-микс фермера, специализирующегося на выращивании крупного рогатого скота.

Задача 8. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что молочный комбинат «Белинский» занимает позицию последователя на региональном рынке мясопродуктов. Емкость рынка и динамика продаж продукции характеризуются следующими показателями:

Наименование продукции	Объем продаж, тыс. руб.		Емкость рынка во 2 году, тыс. руб.	Доля рынка конкурента во 2 году, %
	1 год	2 год		
Йогурт «Неженка»	600	800	3900	11,0
Ряженка «Деревенская»	900	760	4860	8,8
Кефир нежирный «Бод-рость»	840	870	11200	21,4
Кефир с лактулозой «Здоровье»	470	540	11400	7,6

Проведите портфолио-анализ и сформулируйте товарную стратегию молочного комбината.

Задача 9. Конъюнктура рынка товара на данный момент времени такова:

Количество предлагаемой продукции, ц	Цена за 1 ц, руб.	Количество спрашиваемой продукции, ц
72	340	85
73	370	80
75	400	75
77	430	70
79	460	65

Охарактеризуйте точку рыночного клиринга с позиций ценовой эластичности спроса и предложения. Сформулируйте содержание и направления развития маркетинг-микс производителя товара.

Задача 10. В результате маркетинговых исследований сформулировано равновесие на рынках йогурта и кефира, которое задано уравнением: $Q_1 = \frac{12}{Q_2}$;

Конъюнктура рынка кефира имеет вид:

$$Pd_1 = \frac{9}{Qd_1} + 3;$$

$$Ps_1 = 2Qs_1$$

Определите, как изменится конъюнктура рынка кефира, если в результате роста доходов населения равновесный объем продаж йогурта составил 6 центнеров.

Сформулируйте основные направления совершенствования товарной политики молочного комбината.

Задача 11. В результате маркетинговых исследований сформулировано равновесие на рынках ряженки и варенца задано уравнением: $Q_1 = \frac{12}{Q_2}$;

Конъюнктура рынка ряженки имеет вид:

$$Pd_1 = \frac{9}{Qd_1} + 3;$$

$$Ps_1 = 2Qs_1$$

Определите, как изменится конъюнктура рынка варенца, если в результате динамики доходов населения равновесный объем продаж ряженки составил 4 центнера.

Сформулируйте основные направления совершенствования товарной политики молочного комбината.

Задача 12. Охарактеризуйте ценовую эластичность спроса на товар, если исследования, проведенные службой маркетинга, показали следующую зависимость выручки от объема продаж.

Выручка, тыс. руб.	Объем продаж, ц
73,44	72
78,40	80
88,58	103
88,55	115

Задача 13. В ходе маркетингового исследования выявлены следующие предпочтения четырех групп потребителей

Покупательские предпочтения

1 группа		2 группа		3 группа		4 группа	
А	В	А	В	А	В	А	В
22	5	22	12,5	24	20	21	32,5
15	7,5	15	17,5	18	25	17	33,5
12	10	11	25	14	30	14	37,5
7	17,5	8	32,5	12	35	12	45
2	30	5	40	8	50	10	55

Цена товара А составляет 6,7 рубля. Цена товара В на рынке варьируется в диапазоне: 2,85 руб., 3,6 руб., 5,7 руб., 13,3 рубля.

Определите спрос на товар В, если покупатели тратят на покупку набора из товаров А и В 200 рублей совокупного дохода в месяц.

Задача 14. Охарактеризуйте E_d товара, если исследования, проведенные службой маркетинга, показали следующую зависимость выручки от объема продаж.

Объем продаж, ц	Выручка, тыс. руб.
71	99,4
84	103,3
109	110,1
122	102,5

Задача 15. Постоянные издержки ООО «Каменский пищекомбинат» составляют 1420,42 тысяч рублей. Переменные издержки в расчет на килограмм колбасы вареной высшего сорта - 194,4 рубля. Служба маркетинга планирует установить отпускную цену килограмма продукции на уровне 378,2 рубля. Определите точку безубыточности производства хлебцов. Сформулируйте

основные направления развития маркетинг-микс в условиях изменения внешней среды ООО «Каменский пищекомбинат».

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

**Коды контролируемых индикаторов достижения компетенции
У2 (ИД-2 опк-1), В2 (ИД-3 опк-1)**

- 1 Исследование емкости товарного рынка.
- 2 Трендовый анализ емкости и насыщенности рынка.
- 3 Исследование спроса потребителей.
- 4 Исследование предложения продукта животного происхождения.
- 5 Исследование динамики цен продукта животного происхождения.
- 6 Исследование конкурентоспособности продукта животного происхождения.
- 7 Исследование качественных характеристик продукта животного происхождения.
8. Исследование покупательских предпочтений на продукт животного происхождения.

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание знаний, умений и навыков проводится с целью определения уровня сформированности компетенций 32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1}) по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Задания для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации направлены на оценивание:

- 1) уровня освоения теоретических понятий, научных основ профессиональной деятельности;
- 2) степени готовности обучающегося применять теоретические знания и профессионально значимую информацию;
- 3) сформированности когнитивных дескрипторов, значимых для профессиональной деятельности.

Процедура оценивания знаний, умений, навыков, индивидуальных способностей обучающихся осуществляется с помощью контрольных мероприятий, различных образовательных технологий и оценочных средств, приведенных в паспорте фонда оценочных средств (табл. 2.1).

Для оценивания результатов освоения компетенций в виде знаний используются следующие контрольные мероприятия:

- тестирование;
- групповая дискуссия;
- зачет.

Для оценивания результатов освоения компетенций в виде умений и владений используются следующие контрольные мероприятия:

- решение имитационных задач;
- презентация индивидуального задания (результатов маркетингового исследования);
- зачет.

6.1 Процедура и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости в форме тестирования

Система тестирования – это универсальный инструмент для определения обученности студентов на всех уровнях образовательного процесса.

Тест представляет собой сформированный в определенной последовательности перечень тестовых заданий, количество и состав, которых зависит от целей тестирования. Основная цель тестирования – проверка знаний, находящихся в оперативной памяти обучающегося и не требующих обращения к справочникам и словарям, то есть тех знаний, которые необходимы для профессиональной деятельности будущего специалиста.

Результат текущего и итогового тестирования – это не только объективный показатель освоения студентами темы, раздела или дисциплины, но и, прежде всего, показатель качества работы преподавателя.

Создание теста требует от преподавателя разработки четкой понятийно-терминологической структуры курса, т.е. таблицы проверяемых в тестах понятий маркетинга, структурированных по темам и разделам рабочей программы. Данная разработка является самостоятельным методическим материалом обеспечения качества преподавания дисциплины.

Тестовые задания позволяют оценить сформированность предусмотренных рабочей программой дисциплины компетенций на уровне «знать» 32 (ИД-1_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}), определить направления совершенствования дальнейшей работы с обучающимся и активизировать его самостоятельную работу по изучению дисциплины.

Каждому обучающемуся предлагается тестовое задание, состоящее из комплекса вопросов, сочетающего альтернативные, закрытые, открытые вопросы, вопросы на соответствие понятий и категорий, установление последовательности действий (этапов, мероприятий) маркетинга нового продукта. Дидактическое содержание теста определяется объемом изученного студентом материала и предметной областью темы или раздела.

Материалы тестовых заданий актуальны и направлены на использование необходимых знаний в будущей практической деятельности выпускника.

Во время тестирования обучающемуся запрещено пользоваться любыми учебными пособиями, интернет-технологиями. В случае использования во время тестирования неразрешенных пособий или средств связи преподаватель отстраняет обучающегося от тестирования, выставляет неудовлетворительную оценку в журнал текущей аттестации.

Попытка общения с другими студентами или иными лицами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные перемещения и т.п. являются основанием для удаления обучающегося из аудитории и последующего проставления оценки «неудовлетворительно».

После завершения процедуры тестирования всеми обучающимися, преподаватель объявляет результаты тестирования и итоговую оценку: («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно»), при отсутствии апелляций, данная оценка проставляется в журнал текущей аттестации.

Критерии оценки результатов тестирования.

Результаты тестирования оцениваются в процентах с последующим переводом в пятибалльную систему оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если удельный вес правильных ответов составляет 86-100%;

оценка «хорошо», если удельный вес правильных ответов составляет 66-86%;

оценка «удовлетворительно», если удельный вес правильных ответов составляет 50-65 %;

оценка «неудовлетворительно», если студент дал ответы менее, чем на 50% вопросов.

6.2 Процедура и критерии оценки знаний и умений при промежуточной аттестации в форме групповой дискуссии

Групповая дискуссия как средство контроля и способ выявления формируемых компетенций организуется преподавателем как специальная беседа с группой обучающихся по определенной теме. Такое собеседование рассчитано на выяснение объема знаний обучающегося, уровень усвоения им теоретического материала, его готовность к решению практических заданий, сформированность профессионально значимых личностных качеств, коммуникативные умения.

Групповая дискуссия позволяет оценить сформированность предусмотренных рабочей программой дисциплины компетенций на уровне «знать» 32 (ИД-1_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}); дает возможность обучающемуся углубить и закрепить знания, полученные на лекциях и в ходе самостоятельной работы, преподавателю - проверить эффективность и результативность самостоятельной работы студентов над учебным материалом.

Технология проведения групповой дискуссии предполагает ознакомление обучающихся с тематикой занятия и формулировкой обсуждаемых вопросов заранее. Обсуждаемые вопросы должны соответствовать следующим требованиям:

- быть проблемными по форме, т.е. вскрывать важные для данной темы аспекты (противоречия);
- охватывать суть проблемы, но в то же время быть не слишком широкими, строго очерченными в своих границах;
- не повторять дословно формулировок соответствующих пунктов плана лекции и программы курса, учитывать научную и профессиональную направленность обучающихся;
- полностью охватывать содержание темы практического занятия или тот аспект, который выражен в формулировке обсуждаемой проблемы; в то же время формулировка вопроса должна побуждать студентов к работе с первоисточниками.

Чтобы настроить студентов на активное обсуждение вопросов темы, проведению собеседования на практическом занятии предшествует вступительное слово преподавателя. Вступительное слово (введение) должно отвечать следующим требованиям:

- по содержанию указывать на связь с предшествующей темой и курсом в целом; подчеркивать научную направленность рассматриваемой проблемы, связь с ее практикой;
- указывать на связь с профессиональной подготовкой обучающихся.

Критерии оценки групповой дискуссии: оценивается объем знаний, полученных при изучении отдельных тем или разделов дисциплины, владение терминологией, умение применять полученные знания, сформированность профессионально значимых личностных качеств, умение вести беседу.

Интегрированная шкала оценивания групповой дискуссии

Оценка	Характеристика критерия	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Критерии оценивания результатов обучения для формирования компетенции
5	обучающийся полностью усвоил учебный материал; свободно владеет терминологией; дает полные и развернутые ответы; выстраивает логические взаимосвязи между понятиями, категориями, показателями маркетинга	32 (ИД-1 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1})	продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенции (или ее части)
4	обучающийся полностью усвоил учебный материал; владеет терминологией; дает не совсем полные и развернутые ответы; затрудняется при формулировке логических взаимосвязей, в усвоении учебного материала допущены незначительные пробелы	32 (ИД-1 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1})	в целом подтверждается освоение компетенции (или ее части)
3	обучающийся ответил на поставленные вопросы, но содержание материала раскрыто неполно или непоследовательно, продемонстрированы знания и умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов	32 (ИД-1 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1})	выявлена недостаточная сформированность компетенции (или ее части)
2	обучающийся не ответил на основную часть поставленных вопросов, не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов	32 (ИД-1 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1})	не сформирована компетенция

6.3 Процедура и критерии оценки знаний и умений при промежуточной аттестации в форме индивидуального задания

Индивидуальные задания являются средствами текущего контроля и оценки сформированности умений и навыков по компетенциям У2 (ИД-2 опк-1), В2 (ИД-3 опк-1).

Выполнение обучающимися заданий данного вида позволяют преподавателю оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, методики расчетов) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Решение задач и заданий осуществляется обучающимися на практических занятиях и (или) в процессе самостоятельной работы. К решению задач следует приступать после проведения собеседования с обучающимися, в ходе которого преподаватель выясняет уровень теоретических знаний студентов и их готовность применять полученные знания на практике.

Решение задач и заданий выполняется обучающимся самостоятельно, представляется обучающимся в письменной форме на рецензирование ведущему преподавателю (возможно через электронную информационно-образовательную среду). При возникновении затруднений обучающийся может дистанционно получить письменную консультацию в электронной информационно-образовательной среде академии, отослав соответствующий вопрос на почту ведущему преподавателю или получить контактную консультацию в заранее назначенное время по расписанию, составленному кафедрой и размещенной на информационном стенде.

Ведущий преподаватель может отслеживать в электронной информационно-образовательной среде академии степень выполнения обучающимся задач и заданий, при их завершении готовит рецензию. В представленной рецензии он или засчитывает работу при отсутствии значимых ошибок, либо отправляет ее на доработку.

После необходимой доработки замечаний, сделанных преподавателем в рецензии, обучающийся обязан исправить замечания, а преподаватель выполнить повторную рецензию с учетом сделанных ранее замечаний. Не допускается выполнение задач и заданий заново, все необходимые исправления делаются непосредственно в представленной работе в виде работы над ошибками.

Имитационные задачи, индивидуальные задания, мини-кейсы оцениваются на основании критериев:

- точность воспроизведения терминов, алгоритмов, методик расчета;
- точность в описании фактов, явлений, процессов с использованием терминологии;
- способность анализировать и обобщать информацию;
- способность синтезировать на основе данных новую информацию;
- наличие обоснованных выводов на основе интерпретации информации, разъяснений;

– выявление причинно-следственных связей при выполнении заданий, выявление закономерностей.

Выполненное задание презентуется на практическом занятии, где проводится его коллективное обсуждение, презентация включает доклад и слайд-шоу.

Доклад представляет собой вид монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное, сообщение по определённому вопросу.

Цель доклада состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений. Доклад должен содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по проблеме.

Требования к докладу:

1. *Структура доклада*: вступление, основная часть и заключение.

Во вступлении указывается тема доклада, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней раскрывается сущность исследуемой проблемы. В заключении формулируются логические взаимосвязи и выводы.

2. *Изложение материала* должно быть последовательным, эмоциональным, выразительным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

3. *Соблюдение регламента выступления*. Продолжительность представления доклада составляет 7-10 минут. По окончании представления доклада обучающиеся могут быть заданы вопросы со стороны преподавателя и других обучающихся.

Качество доклада оценивается по следующим критериям: способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала, умение пользоваться глобальными информационными ресурсами; владение современными средствами телекоммуникаций. Оценка доклада осуществляется на основе интегрированной шкалы оценивания.

Структура **презентации**:

- 1) титульный лист;
- 2) актуальность исследования товарного рынка;
- 3) суть исследования, содержание комплекса маркетинга инновационного продукта;
- 4) выводы и предложения, заключение.

Интегрированная шкала оценивания индивидуального задания

Оценка	Описание	Индекс контролируемой	Критерии оценивания результатов
--------	----------	-----------------------	---------------------------------

		компетенции (или ее части), этапы формирования компетенции*	обучения для формирования компетенции
5	автор не только излагает, но и анализирует различные точки зрения и подходы к изучаемой проблеме, дает характеристику их преимуществ и недостатков; содержание раскрывает заявленную проблему; текст излагается доступным языком; прослеживается логика изложения материала; каждый раздел и работа в целом заканчиваются выводами автора; собрана, проанализирована и интерпретирована статистическая информация по изучаемой проблеме	У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>), В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)	продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенции (или ее части)
4	автор излагает различные точки зрения и подходы к изучаемой проблеме, дает характеристику их преимуществ и недостатков; содержание раскрывает заявленную проблему не полностью; текст излагается доступным языком; прослеживается логика изложения материала.	У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>), В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)	в целом подтверждается освоение компетенции (или ее части)
3	содержание презентации раскрывает отдельные аспекты заявленной проблемы, автор излагает отдельные точки зрения и подходы к изучаемой проблеме; не отражает всего многообразия современных взглядов и концепций	У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>), В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)	выявлена недостаточная сформированность компетенции (или ее части)
2	тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы	У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>), В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)	не сформирована компетенция

6.4 Процедура и критерии оценки знаний, умений, владений при текущем контроле успеваемости в форме имитационных задач

Имитационная задача является традиционным средством текущего контроля и оценки сформированности умений и навыков по компетенциям У2 (ИД-2 УК-1), В2 (ИД-3 УК-1).

Выполнение обучающимися заданий данного вида позволяют преподавателю оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Выделяют следующие признаки метода :

1. Коллективная выработка решения.

2. Многоальтернативность решения.

3. Предлагается единая для всех задача и цель при выработке решения. В отсутствие ролей или различных ролевых функций, перед обучающимися ставится единая цель - найти решение проблемы.

4. Наличие системы группового оценивания деятельности обучающихся. Метод предполагает коллективную деятельность обучающихся в процессе занятия. Оценивание их деятельности может осуществляться либо выборочно индивидуально, как поощрение наиболее активных, нашедших наиболее правильное решение, либо по группам, в случае формирования команд.

5. Наличие управляемого эмоционального напряжения. Любая активизация обучения предусматривает наличие эмоционального напряжения, которое должно контролироваться преподавателем.

В процессе разрешения конкретной учебной ситуации, обучающиеся действуют по аналогии с реальной практикой, то есть используют свой опыт, применяют в учебной аудитории те способы, средства и критерии анализа, которые были приобретены ими в процессе предшествующей учебной деятельности и производственных практик. Под влиянием совместной учебной деятельности над конкретными ситуациями формируется новая система приемов и способов работы.

Анализ конкретных ситуаций студентами осуществляется на практических занятиях. К решению задач следует приступать после проведения собеседования с обучающимися, в ходе которого преподаватель выясняет уровень теоретических знаний студентов и их готовность применять полученные знания на практике.

Анализ конкретных ситуаций направлен на приобретение и отработку умений и навыков решения профессиональных задач и формирование компетенций.

В рамках изучения дисциплины используются такие виды данного контрольного мероприятия как ситуация-оценка и ситуация-упражнение.

Ситуация-оценка предусматривает всестороннюю оценку предлагаемой ситуации обучающимися. Для выработки оценки они могут использовать справочную литературу, конспекты, другие предусмотренные преподавателем источники.

Ситуация-упражнение предусматривает использование навыков анализа статистической информации в рамках конкретной ситуации по различным вариантам.

Этапы организации занятия:

- подготовительный (преподаватель конкретизирует цели, представляет соответствующую ситуацию);

- ознакомительный (знакомство, информация/ на данном этапе происходит вовлечение студентов в живое обсуждение реальной профессиональной ситуации);

- аналитический (обсуждение, резолюция/ анализ ситуации в группе. Этот процесс выработки решения имеет временные ограничения, за соблюдением которых следит преподаватель);

- итоговый (диспут, сопоставление итогов).

В обязанности преподавателя входит оказание методической помощи и консультирование обучающихся.

Критерии оценивания обучающихся следующие:

– точность воспроизведения учебного материала (воспроизведение терминов, алгоритмов, методик, правил, фактов и т.п.);

– точность в описании фактов, явлений, процессов с использованием терминологии;

– точность различения и выделения изученных материалов;

– способность анализировать и обобщать информацию;

– способность синтезировать на основе данных новую информацию;

– наличие обоснованных выводов на основе интерпретации информации, разъяснений;

– выявление причинно-следственных связей при выполнении заданий, выявление закономерностей.

Уровень умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка соответствующих компетенций осуществляется на основе интегрированной шкалы оценивания.

Интегрированная шкала оценивания имитационных задач

Оценка	Описание	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Критерии оценивания результатов обучения для формирования компетенции
5	Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала; уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для решения задач и выполнения заданий, анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой	У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})	продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенции (или ее части)
4	Обучающийся показывает полное знание программного материала; недостаточно полно применяет теоретические положения для решения задач и выполнения заданий, допускает неточности в	У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})	в целом подтверждается освоение компетенции (или ее части)

	оценке практических ситуаций; демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой		
3	Обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; испытывает затруднения в решении задач и выполнении заданий; не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне	У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})	выявлена недостаточная сформированность компетенции (или ее части)
2	Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументированно и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в решении задач и выполнении заданий, не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой	У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1})	не сформирована компетенция

6.5 Процедура и критерии оценки знаний, умений, владений при промежуточной аттестации в форме зачета

Зачет преследует цель оценить полученные теоретические знания, умение интегрировать полученные знания и применять их к решению практических задач по видам деятельности, определенными основной профессиональной образовательной программой магистров в части компетенций 32 (ИД-1_{УК-1}), У2 (ИД-2_{УК-1}), В2 (ИД-3_{УК-1}), 32 (ИД-1_{ОПК-1}), У2 (ИД-2_{ОПК-1}), В2 (ИД-3_{ОПК-1}).

Форма проведения зачета по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка»- устная. Вопросы и задания для зачета определяются фондом оценочных средств рабочей программы дисциплины. Не позднее, чем за 20 дней до начала промежуточной аттестации, преподаватель выдает студентам вопросы и задания для зачета.

Во время зачета экзаменуемый имеет право с разрешения преподавателя пользоваться учебными программами по курсу и справочной литературой, экзаменуемый ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании зачета) сдается экзаменатору.

Нарушениями учебной дисциплины во время промежуточной аттестации являются:

- списывание (в том числе с использованием мобильной связи, ресурсов Интернет, а также литературы и материалов, не разрешенных к использованию на зачете);

- обращение к другим обучающимся за помощью или консультацией при подготовке ответа по билету или выполнении зачетного задания;
- прохождение промежуточной аттестации лицами, выдающими себя за обучающегося, обязанного сдавать зачет;
- некорректное поведение обучающегося.

Нарушения обучающимся дисциплины на зачетах пресекаются. В этом случае в экзаменационной ведомости ему выставляется оценка «не зачтено».

Присутствие на зачетах посторонних лиц не допускается.

По результатам зачета в экзаменационную (зачетную) ведомость выставляются оценки «зачтено» или «не зачтено». Неявка на зачет отмечается в экзаменационной ведомости словами «не явился». При несогласии с результатами зачета по дисциплине обучающийся имеет право подать апелляцию на имя ректора.

Если повторная промежуточная аттестация в целях ликвидации академической задолженности проводится во второй раз, то для ее проведения создается комиссия не менее чем из трех преподавателей, включая заведующего кафедрой. Заведующий кафедрой является председателем комиссии. Оценка, выставленная комиссией по итогам пересдачи зачета, является окончательной; результаты пересдачи зачета оформляются протоколом, который сдается уполномоченному лицу учебного отдела и подшивается к основной экзаменационной ведомости группы.

Разрешение на пересдачу зачета оформляется выдачей студенту экзаменационного листа с указанием срока сдачи зачета.

Регламент проведения зачета: до начала проведения зачета преподаватель обязан получить на кафедре экзаменационную ведомость. Преподаватель проверяет готовность аудитории к проведению зачета, оглашает порядок проведения зачета, уточняет со студентами организационные вопросы, связанные с проведением зачета.

Обучающийся, войдя в аудиторию, называет свою фамилию, предъявляет экзаменатору зачетную книжку. После подготовки обучающийся докладывает о готовности к ответу и с разрешения преподавателя отвечает на поставленные вопросы. Ответ обучающегося на вопрос, если он не уклонился от ответа на заданный вопрос, не прерывается. Преподавателю предоставляется право:

- освободить обучающегося от полного ответа на данный вопрос, если преподаватель убежден в твердости его знаний;
- задавать уточняющие вопросы по существу ответа и дополнительные вопросы, а также давать задачи и примеры по программе данной дисциплины. Время, отводимое на ответы, не должно превышать 20 минут, включая ответы и на дополнительные вопросы.

По результатам сдачи зачета преподаватель выставляет оценку с учетом показателей работы студента в течение семестра. Выставление оценок на зачете осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний студентов.

При выставлении оценки преподаватель учитывает:

- знание материала по программе дисциплины, в том числе знание

обязательной литературы, современных публикаций по программе курса, а также истории науки;

- степень активности студента на практических занятиях;
- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи;
- результаты выполнения индивидуальных заданий самостоятельной работы.

Оценка «зачтено» ставится, если студент показывает высокий уровень компетентности, владеет знанием предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, владеет методикой и методологией данной дисциплины, устанавливает внутриспредметные и междисциплинарные связи, хорошо разбирается в особенностях организации, приемах и методах маркетинга; самостоятельно в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы, подчеркивая при этом самое существенное, умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное, устанавливать причинно-следственные связи; четко формулирует ответы, решает ситуационные задачи повышенной сложности; имеет твердые навыки, обеспечивающие решение задач дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «незачтено» выставляется студенту в случае, если он показывает низкий уровень компетентности, слабые знания лекционного материала, не освоил обязательного минимума знаний предмета, не способен ответить на вопросы билета даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя, показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций.

6.6 Процедура и критерии оценки знаний и умений при текущем контроле успеваемости с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Оценка результатов обучения в рамках текущего контроля проводится посредством синхронного и (или) асинхронного взаимодействия педагогических работников с обучающимися посредством сети "Интернет".

Проведении текущего контроля успеваемости осуществляется по усмотрению педагогического работника с учетом технических возможностей обучающихся с использованием программных средств, обеспечивающих применение элементов электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Университете, относятся:

- Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ;
- онлайн видеотрансляции на официальном канале ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ в YouTube;
- видеозаписи лекций педагогических работников ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ, размещённые на различных видеохостингах (например, на каналах

преподавателей и/или на официальном канале ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ в YouTube) и/или облачных хранилищах (например, Яндекс.Диск, Google.Диск, Облако Mail.ru и т.д.);

- групповая голосовая конференция в мессенджерах (WhatsApp, Viber);
- онлайн трансляция в Instagram.

Университет обеспечивает следующее техническое сопровождение дистанционного обучения:

1) Электронная информационно-образовательная среда: компьютер с выходом в интернет (при доступе вне стен университета) или компьютер, подключенный к локальной вычислительной сети университета;

2) онлайн-видеотрансляции: компьютер с выходом в интернет, аудиокolonки;

3) просмотр видеозаписей лекций: компьютер с выходом в интернет, аудиокolonки;

4) групповая голосовая конференция в мессенджерах: мобильный телефон (смартфон) или компьютер с установленной программой (WhatsApp, Viber и т.п.), аудиокolonками и выходом в интернет;

5) онлайн трансляция в Instagram: регистрация в Instagram, компьютер с аудиокolonками и выходом в интернет.

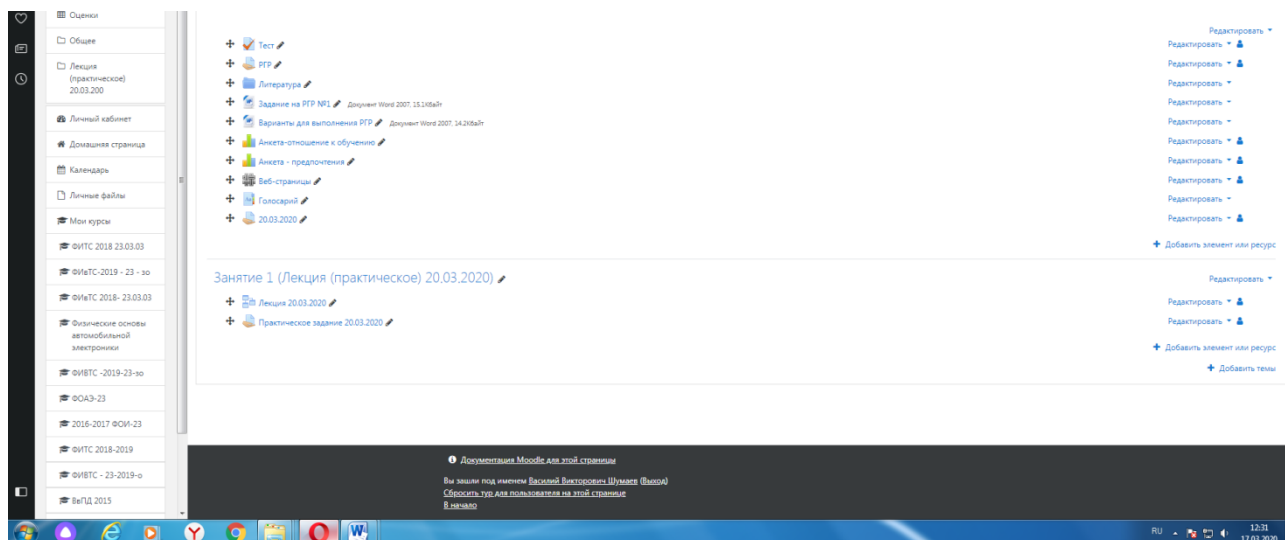
Педагогический работник может рекомендовать обучающимся изучение онлайн курса на образовательной платформе «Открытое образование» <https://openedu.ru/specialize/>. Платформа создана Ассоциацией "Национальная платформа открытого образования", учрежденной ведущими университетами - МГУ им. М.В. Ломоносова, СПбПУ, СПбГУ, НИТУ «МИСиС», НИУ ВШЭ, МФТИ, УрФУ и Университет ИТМО. Все курсы, размещенные на Платформе, доступны для обучающихся бесплатно. Освоение обучающимися образовательных программ или их частей в виде онлайн-курсов подтверждается документом об образовании и (или) о квалификации либо документом об обучении, выданным организацией, реализующей образовательные программы или их части в виде онлайн-курсов. Зачет результатов обучения осуществляется в порядке и формах, установленных Университетом самостоятельно, посредством сопоставления планируемых результатов обучения по соответствующим учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), иным компонентам, определенным образовательной программой, с результатами обучения по соответствующим учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), иным компонентам образовательной программы, по которой обучающийся проходил обучение, при представлении обучающимся документов, подтверждающих пройденное им обучение.

Педагогический работник организует текущий контроль успеваемости и посещения обучающимися дистанционных занятий, своевременно заполняет журнал посещения занятий.

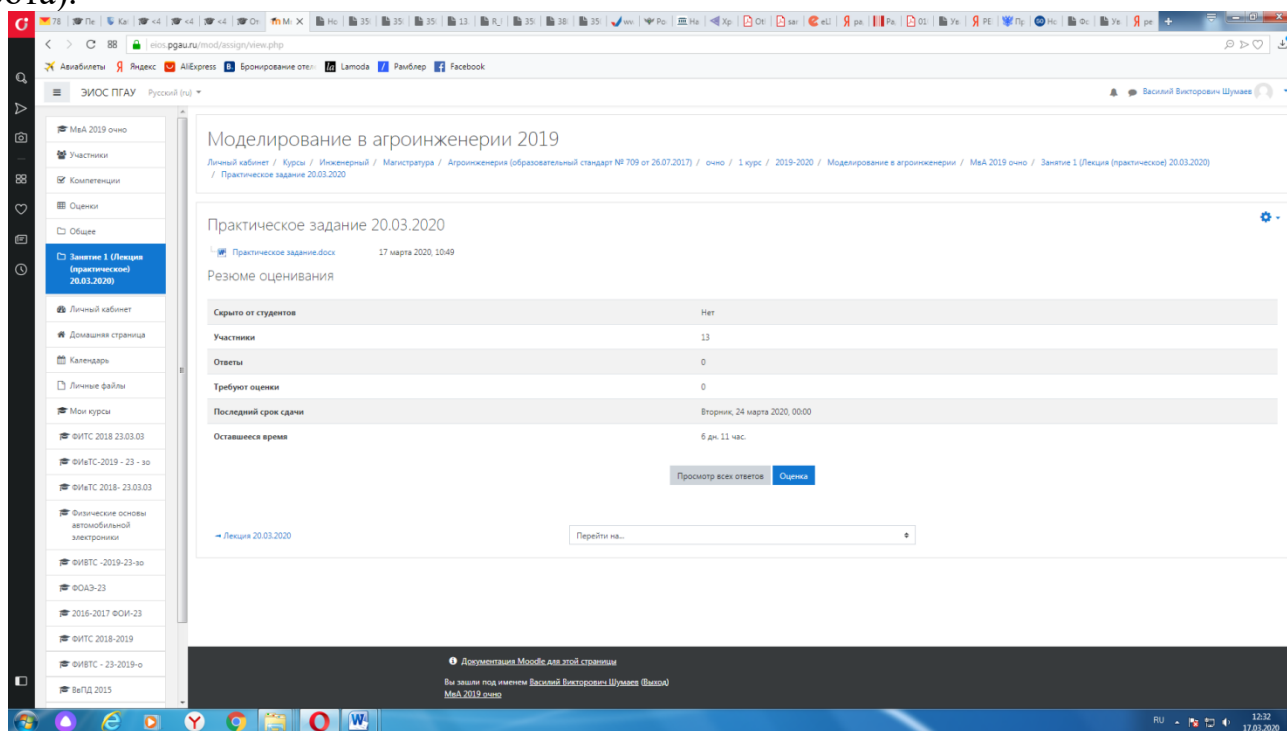
Для того, чтобы приступить к изучению дистанционного курса дисциплины, необходимо следующее:

1. Заходим в электронной среде в дисциплину (практику), где необходимо оценить дистанционный курс.

2. Выбираем необходимое задание.



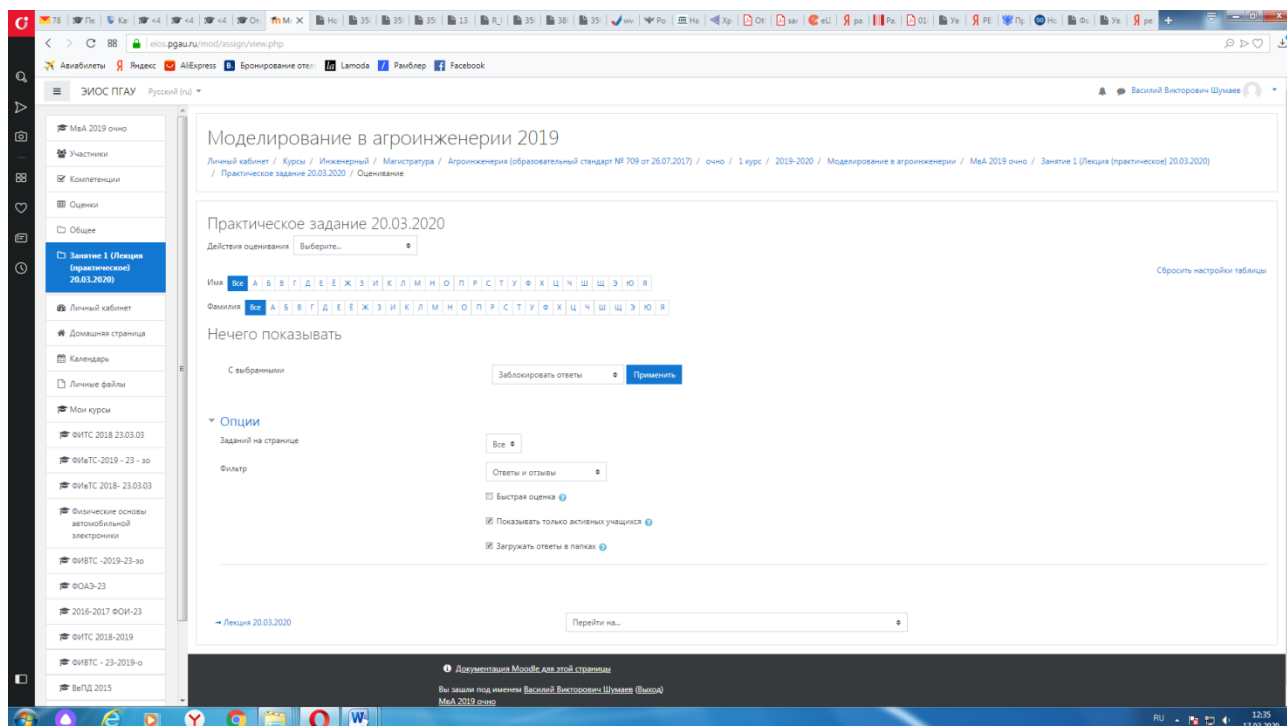
3. Появится следующее окно (практическое занятие или лабораторная работа).



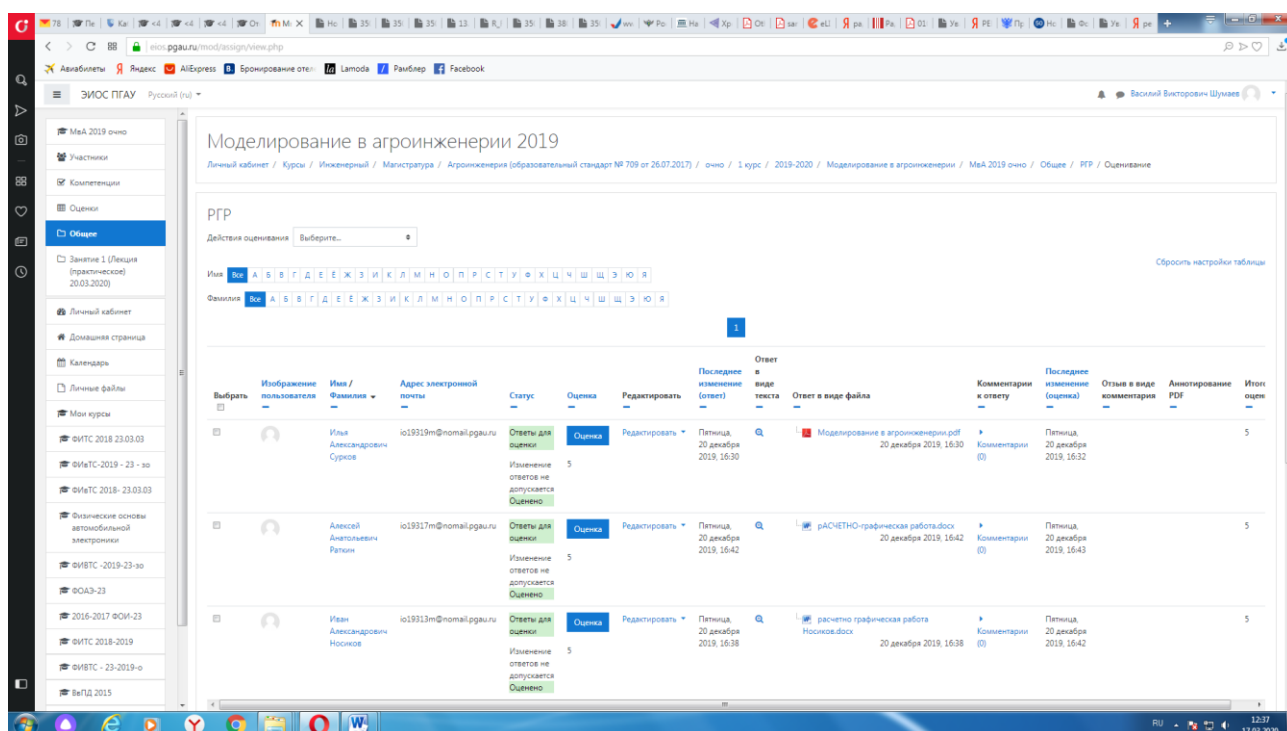
4. Далее нажимаем кнопку

Просмотр всех ответов

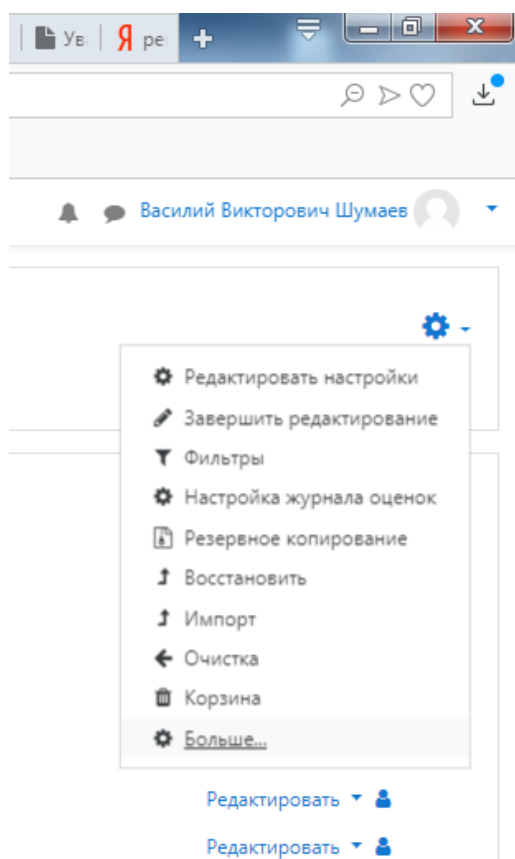
5. Далее появится окно (в данный момент ответы отсутствуют).



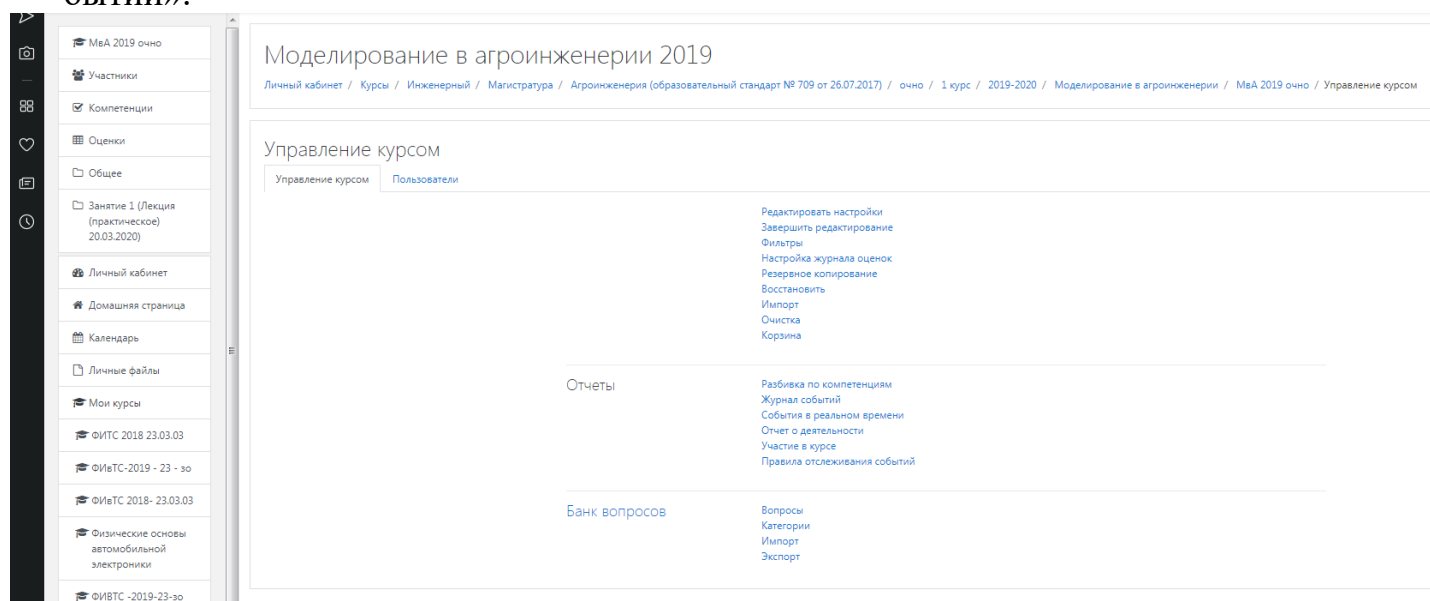
При наличии ответов появится окно, в котором осуществляется оценка ответа, и фиксируется время и дата сдачи работы.



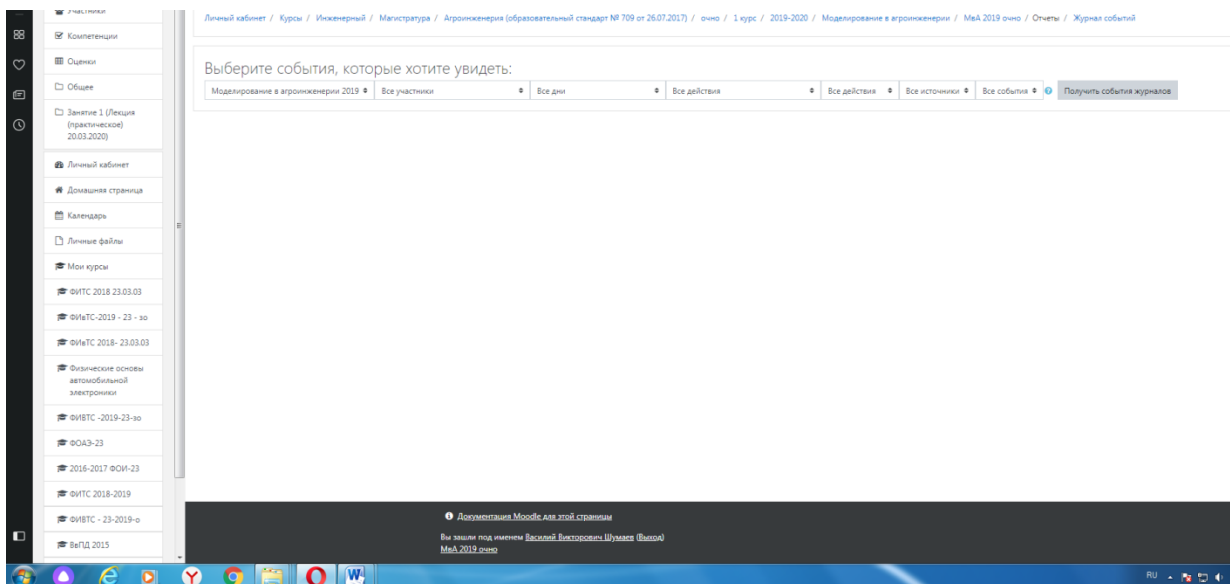
6. Для просмотра всех действий записанными на курс пользователями необходимо нажать кнопку «больше».



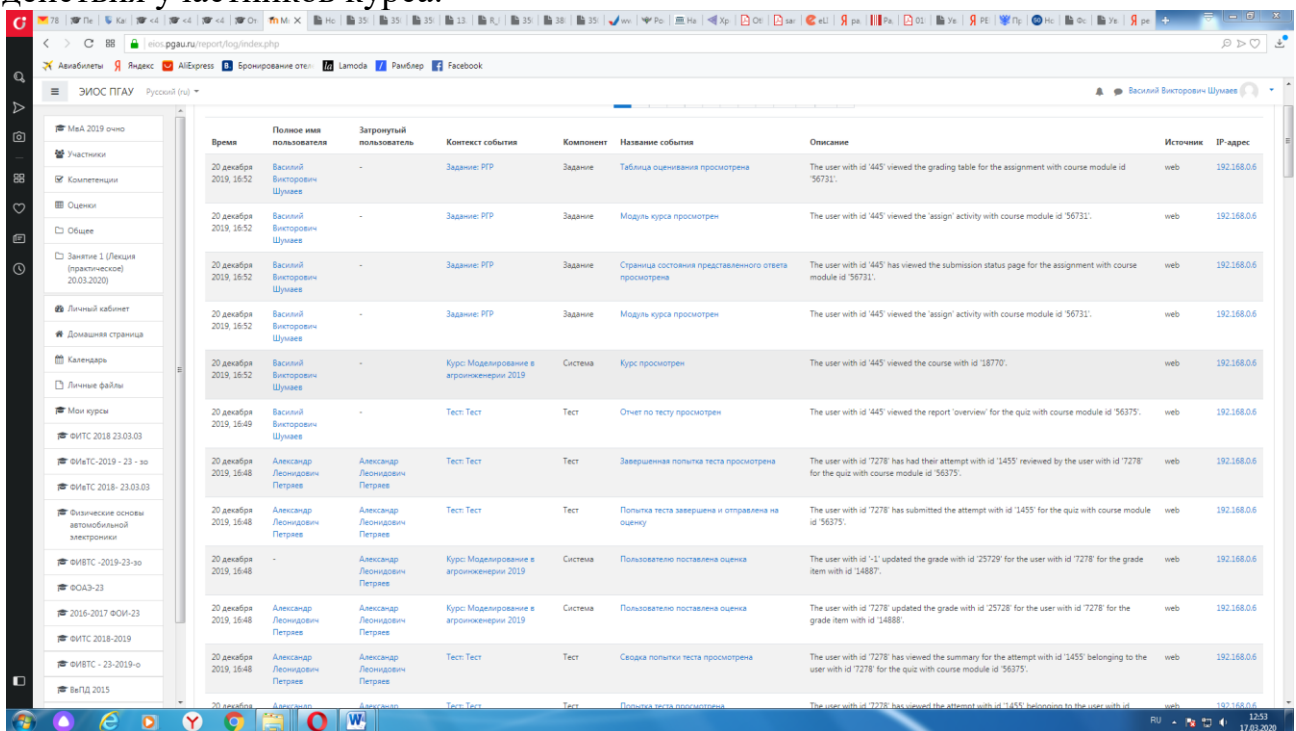
7. Затем появится окно, во вкладке отчёты нажимаем кнопку «Журнал событий».



8. Затем в открывшейся вкладке, выбираете действия, которые необходимо просмотреть (посещение курса)



9. В открывшейся вкладке «все дни» выбираем необходимое нам число, к примеру 20 декабря 2019 года. Тогда появится окно где возможно посмотреть действия участников курса.



10. При этом факт выполнения заданий фиксируется в ЭИОС и оценивается ведущим преподавателем. Не выполнение задания является пропуском занятия. Данный факт фиксируется в журнале посещения занятий в соответствии с расписанием.

6.7 Процедура и критерии оценки знаний и умений при промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в форме зачета

Промежуточная аттестация с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в форме экзамена (зачета с оценкой, зачета) проводится с использованием одной из форм:

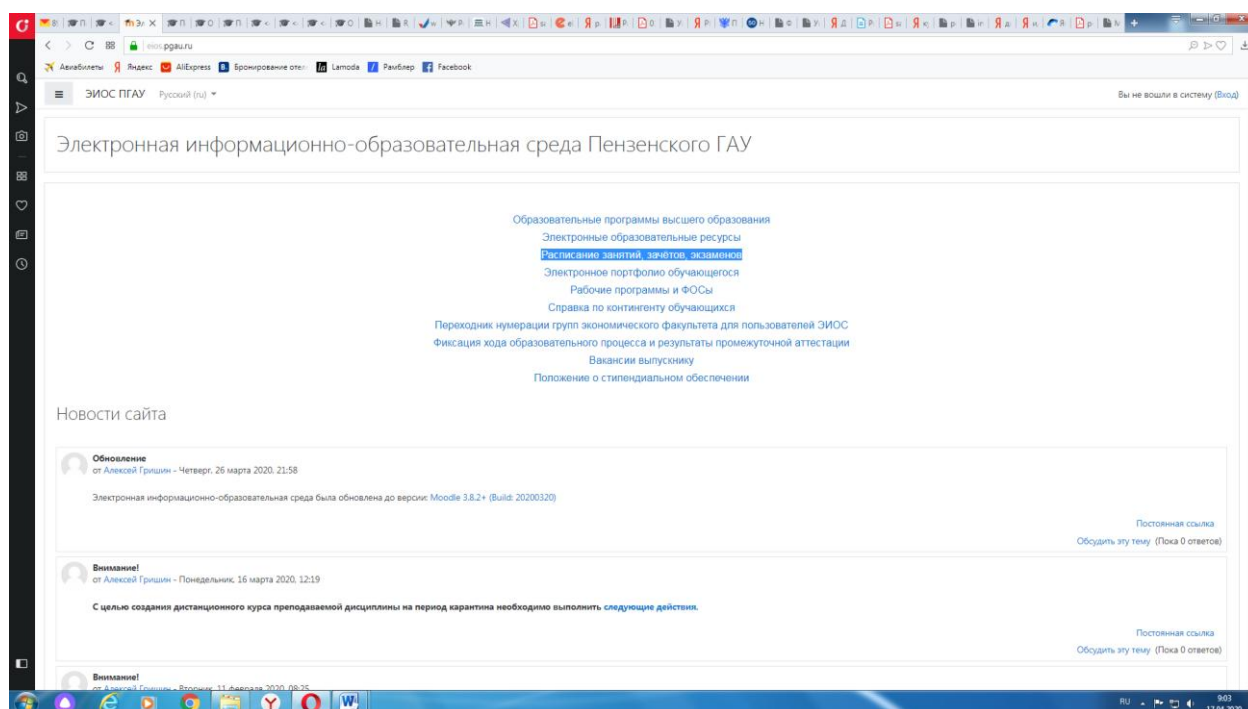
- компьютерное тестирование;
- устное собеседование, направленное на выявление общего уровня подготовленности (опрос без подготовки или с несущественным вкладом ответа по выданному на подготовку вопросу в общей оценке за ответ обучающегося), или иная форма аттестации, включающая устное собеседование данного типа;
- комбинация перечисленных форм.

Педагогический работник выбирает форму проведения промежуточной аттестации или комбинацию указанных форм в зависимости от технических условий обучающихся и наличия оценочных средств по дисциплине (модулю) в тестовой форме. Применяется единый порядок проведения в дистанционном формате промежуточной аттестации, повторной промежуточной аттестации при ликвидации академической задолженности, а также аттестаций при переводе и восстановлении обучающихся. В соответствии с Порядком применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденным приказом Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816, при проведении промежуточной аттестации с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – промежуточная аттестация) обеспечивается идентификация личности обучающегося и контроль соблюдения условий проведения мероприятий, в рамках которых осуществляется оценка результатов обучения. Промежуточная аттестация может назначаться с понедельника по субботу с 8-00 до 17-00 по московскому времени (очная форма обучения). В случае возникновения в ходе промежуточной аттестации сбоя технических средств обучающегося, устранить который не удастся в течение 15 минут, дальнейшая промежуточная аттестация обучающегося не проводится, педагогический работник фиксирует неявку обучающегося по уважительной причине.

Для проведения промежуточной аттестации в соответствии с электронным расписанием

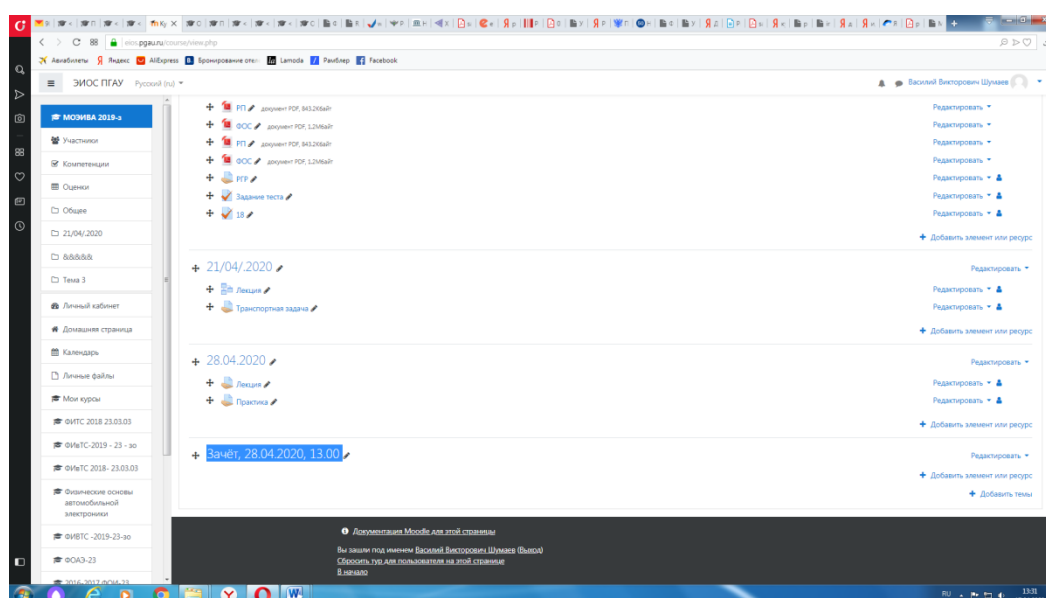
(https://pgau.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=144) педагогический работник переходит по ссылке в созданную в ЭИОС дисциплину (вместо аудитории) одним из перечисленных способов:

- через электронное расписание занятий на сайте Университета (https://pgau.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=144);
- через ЭИОС ((<https://eios.pgau.ru/?redirect=0>), вкладка «Домашняя страница» - «Расписание занятий, зачётов, экзаменов», и проходит авторизацию под своим единым логином/паролем.



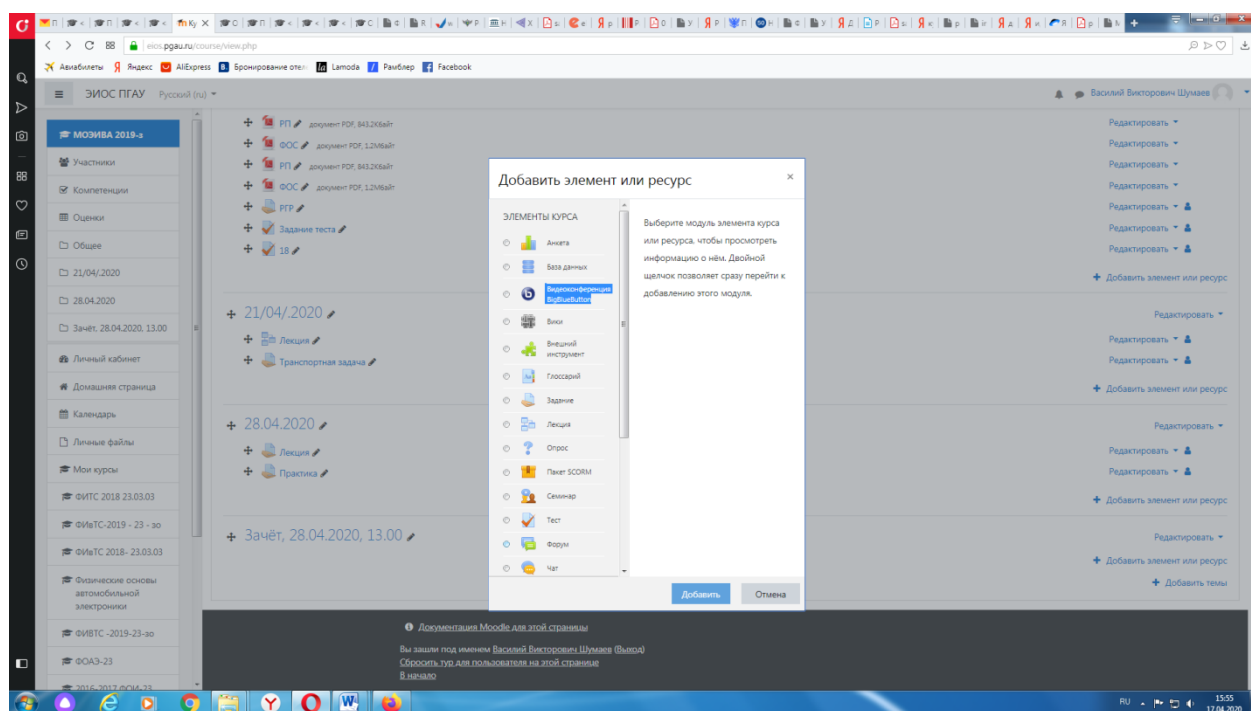
Структура раздела дисциплины в ЭИОС для проведения промежуточной аттестации

Раздел дисциплины в ЭИОС, предназначенный для проведения промежуточной аттестации в соответствии с электронным расписанием, содержит в названии информацию о виде промежуточной аттестации, дате и времени проведения промежуточной аттестации, для этого входим в «Режим редактирования» - «Добавить тему».

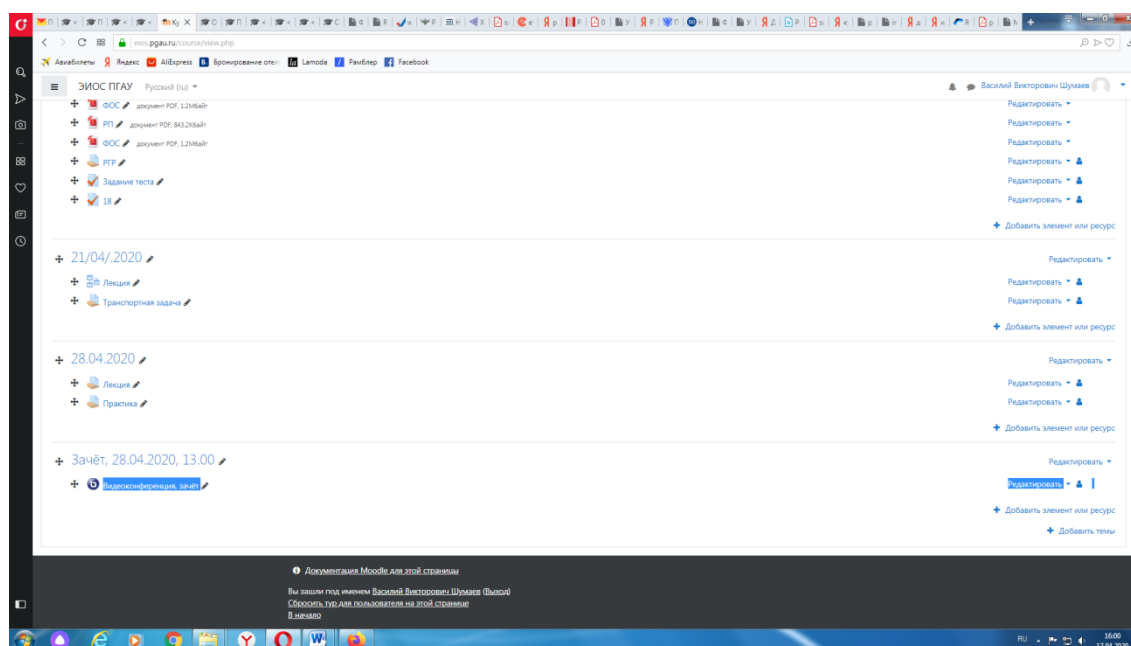


Раздел в обязательном порядке содержит следующие элементы:

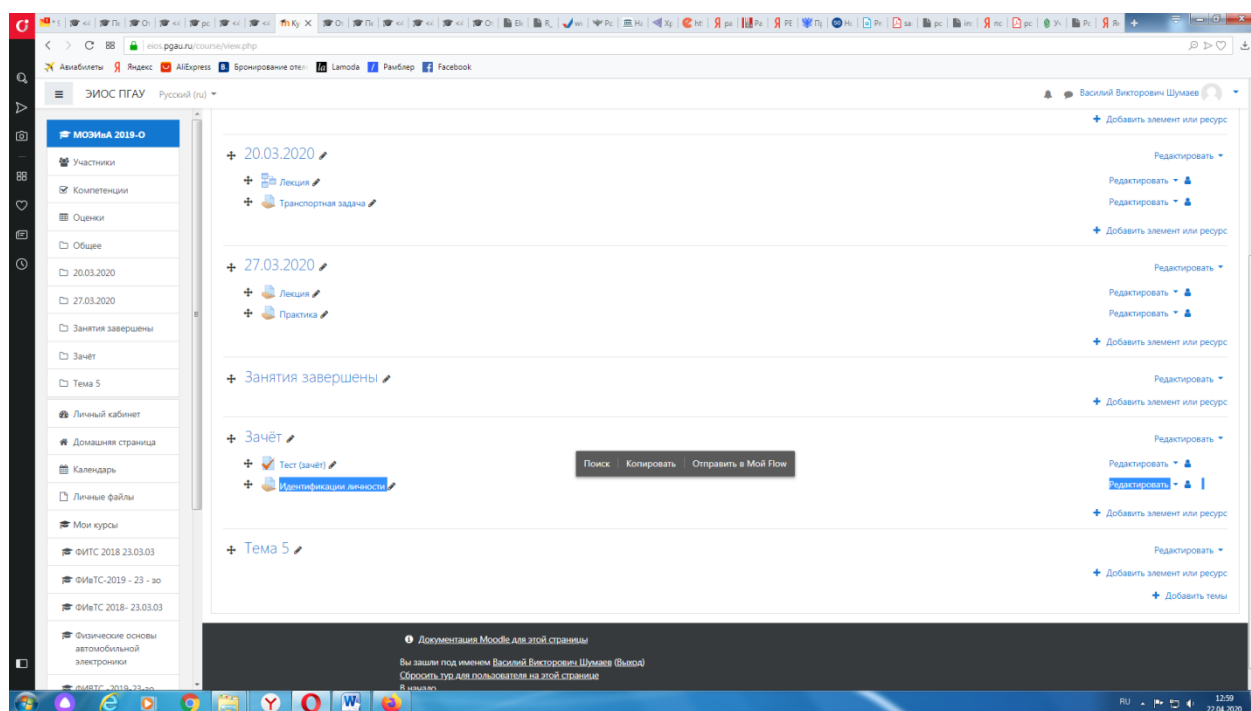
а) «Видеоконференция». Для того чтобы создать видеоконференцию, педагогическому работнику необходимо добавить элемент «Видеоконференция» в созданной теме по прохождению промежуточной аттестации.



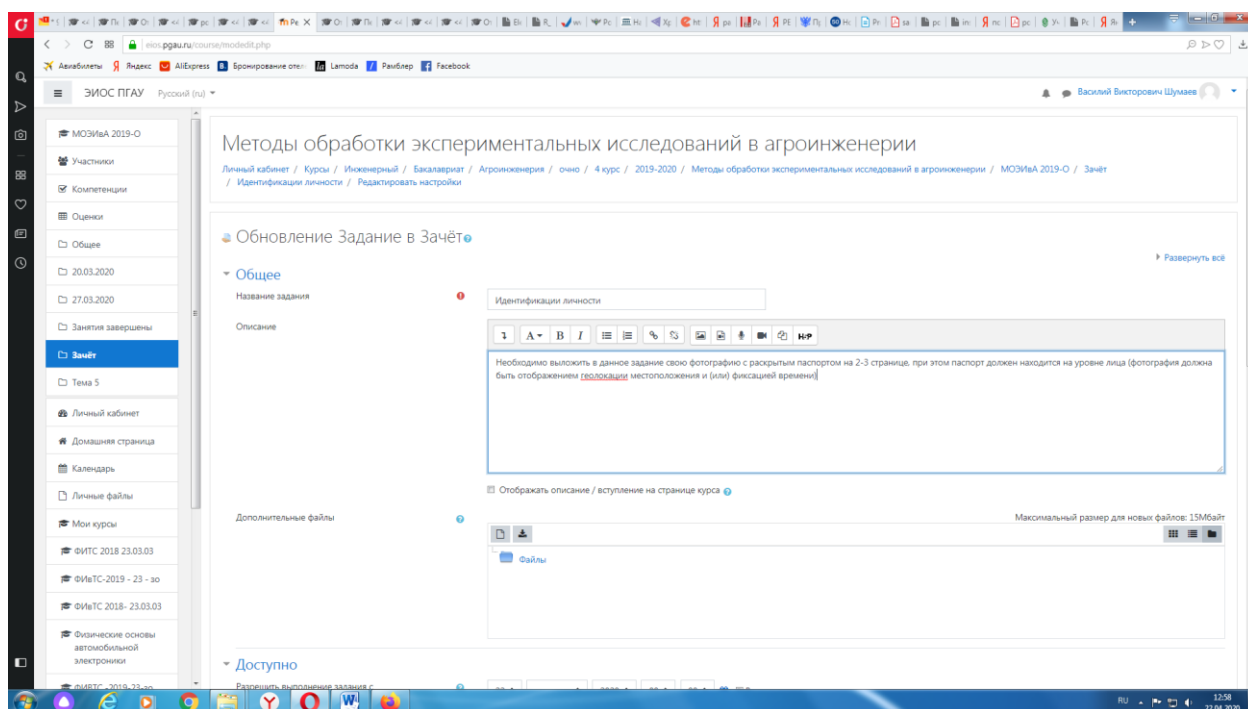
Название созданного элемента должно быть «Видеоконференция, (зачёт или экзамен)» в зависимости от формы промежуточной аттестации.



В случае возникновения трудностей при подключении к «Видеоконференции», вызванных отсутствием технических средств (веб камера, микрофон и др.) и (или) отсутствием качественной мобильной связи (сети Интернет) у обучающихся, находящихся за пределами г. Пенза, возможно применение фотофиксации (с подключённой геолокацией местоположения и (или) фиксацией времени) при идентификации личности обучающегося. Для этого необходимо в дисциплине (практике) добавить элемент или ресурс «Задание», название которого должно быть следующим «Идентификации личности».



Описание должно содержать следующую фразу «Необходимо выложить в данное задание свою фотографию с раскрытым паспортом на второй-третьей страницах, при этом паспорт должен находиться на уровне лица (фотография должна быть отображением геолокации местоположения и (или) фиксацией времени)».



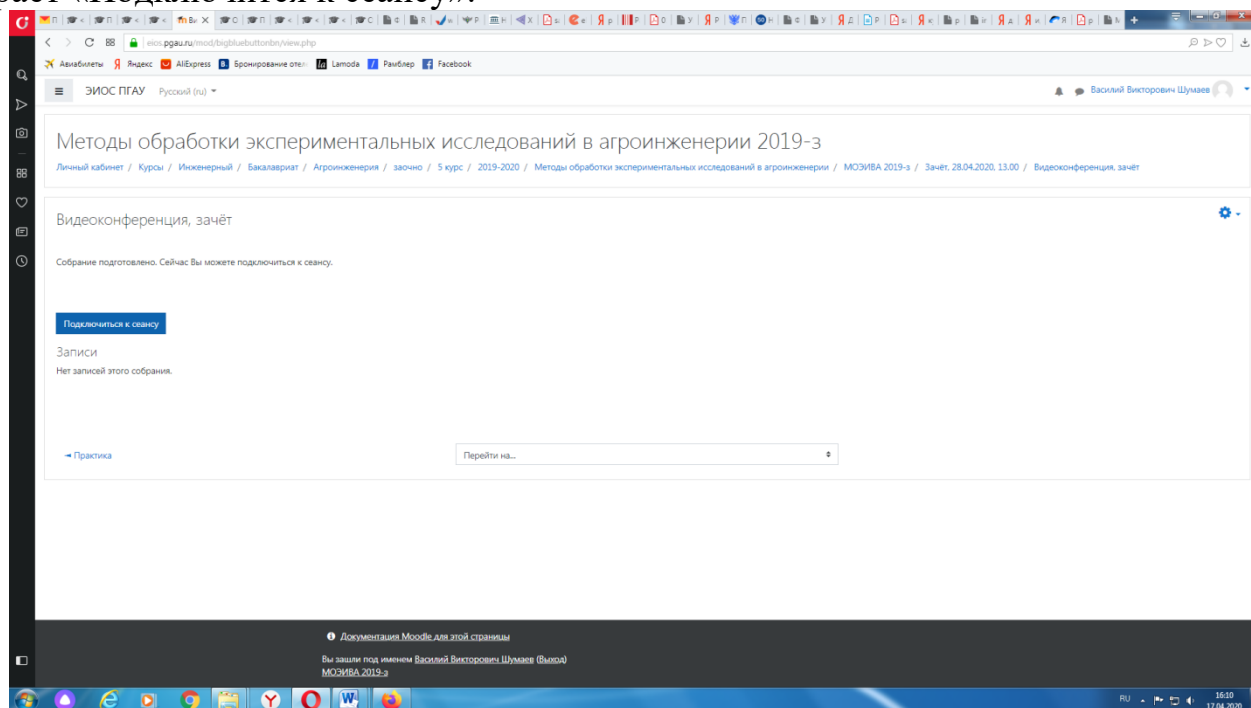
б) Задание для проведения опроса студентов. В случае проведения промежуточной аттестации в форме тестирования в раздел добавляется элемент «Тест».

Банк тестовых заданий и тест должны быть сформированы не позднее, чем 5 рабочих дней до начала проведения промежуточной аттестации в соответствии с электронным расписанием.

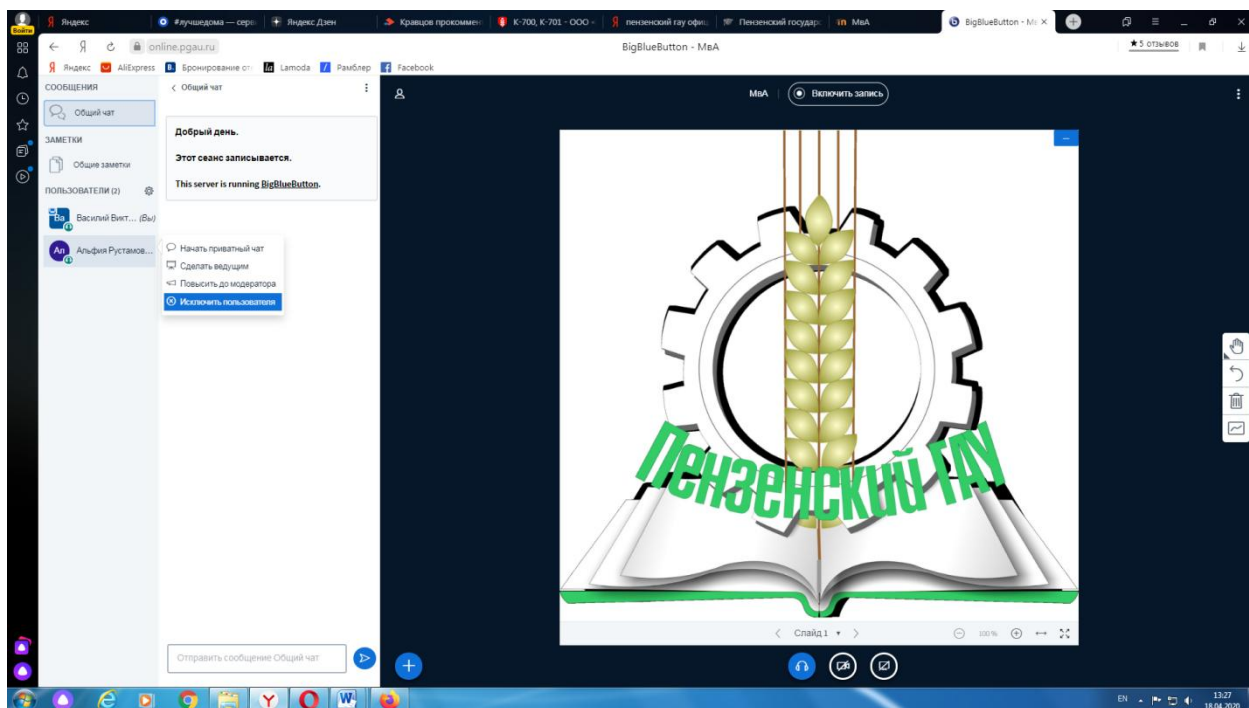
в) «Зачётно-экзаменационная ведомость». Для того, чтобы создать данный элемент, педагогическому работнику необходимо добавить элемент «файл» с названием «Зачётно-экзаменационная ведомость» в созданной теме по прохождению промежуточной аттестации. Данную ведомость педагогический работник получает по электронной почте от деканатов факультетов и размещает её в ЭИОС (в формате docx (doc) или xlsx (xls)) после прохождения обучающимися промежуточной аттестации по дисциплине (практике) для очной формы обучения, для заочной формы обучения ведомость заполняется по мере прохождения промежуточной аттестации обучающимися.

Проведение промежуточной аттестации в форме устного собеседования

Устное собеседование (индивидуальное или групповое) проводится в формате видеоконференцсвязи в созданном разделе дисциплины, предназначенного для проведения промежуточной аттестации, для перехода в которую необходимо воспользоваться соответствующей ссылкой в разделе дисциплины. Перед началом проведения собеседования в вебинарной комнате педагогический работник выбирает «Подключится к сеансу».



Для того, чтобы при устном опросе в видеоконференции принимал участие только один обучающийся, необходимо предварительно составить график опроса. В случае присоединения к сеансу другого пользователя, необходимо нажать «Исключить пользователя».



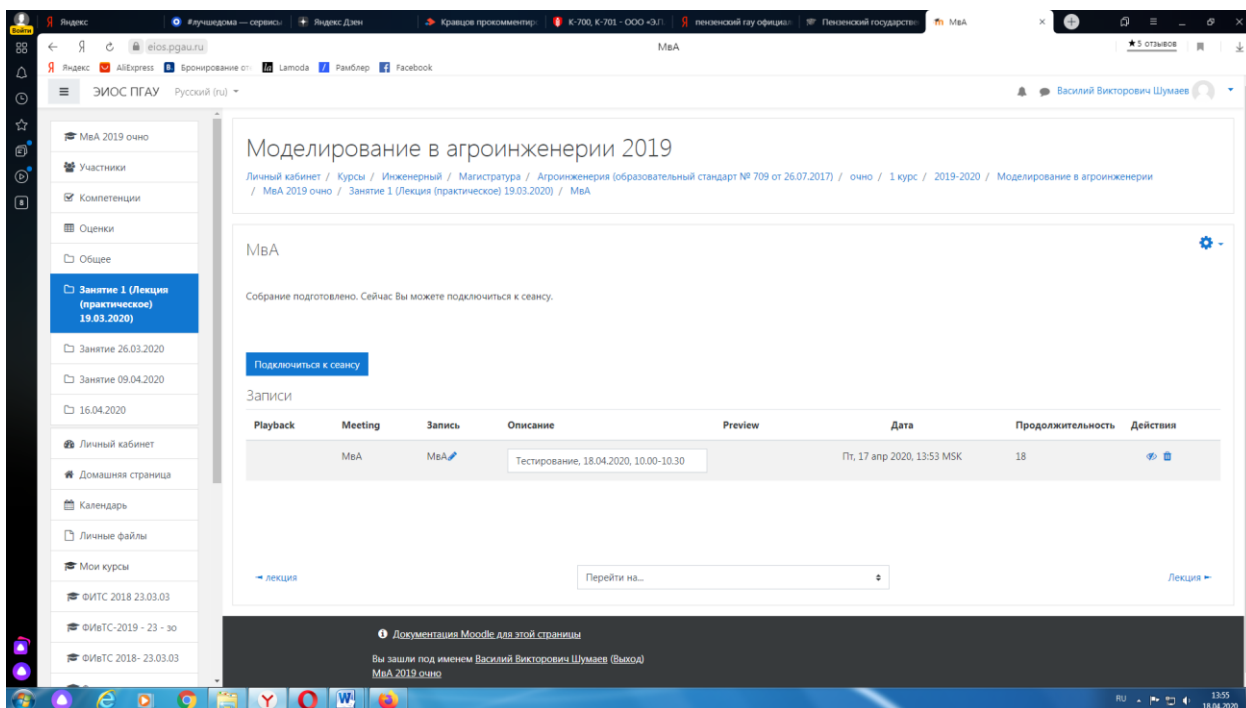
В начале каждого собрания в обязательном порядке педагогический работник:

- включает режим видеозаписи;
- проводит идентификацию личности обучающегося, для чего обучающийся называет отчетливо вслух свои ФИО, демонстрирует рядом с лицом в развернутом виде паспорт или иной документа, удостоверяющего личность (серия и номер документа должны быть скрыты обучающимся), позволяющего четко зафиксировать фотографию обучающегося, его фамилию, имя, отчество (при наличии), дату и место рождения, орган, выдавший документ и дату его выдачи;
- проводит осмотр помещения, для чего обучающийся, перемещая видеокамеру или ноутбук по периметру помещения, демонстрирует педагогическому работнику помещение, в котором он проходит аттестацию.

После проведения собеседования с обучающимся педагогический работник отчетливо вслух озвучивает ФИО обучающегося и выставленную ему оценку («зачтено», «не зачтено», «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). В случае если в ходе промежуточной аттестации при удаленном доступе произошел сбой технических средств обучающегося, устранить который не удалось в течение 15 минут, педагогический работник вслух озвучивает ФИО обучающегося, описывает характер технического сбоя и фиксирует факт неявки обучающегося по уважительной причине.

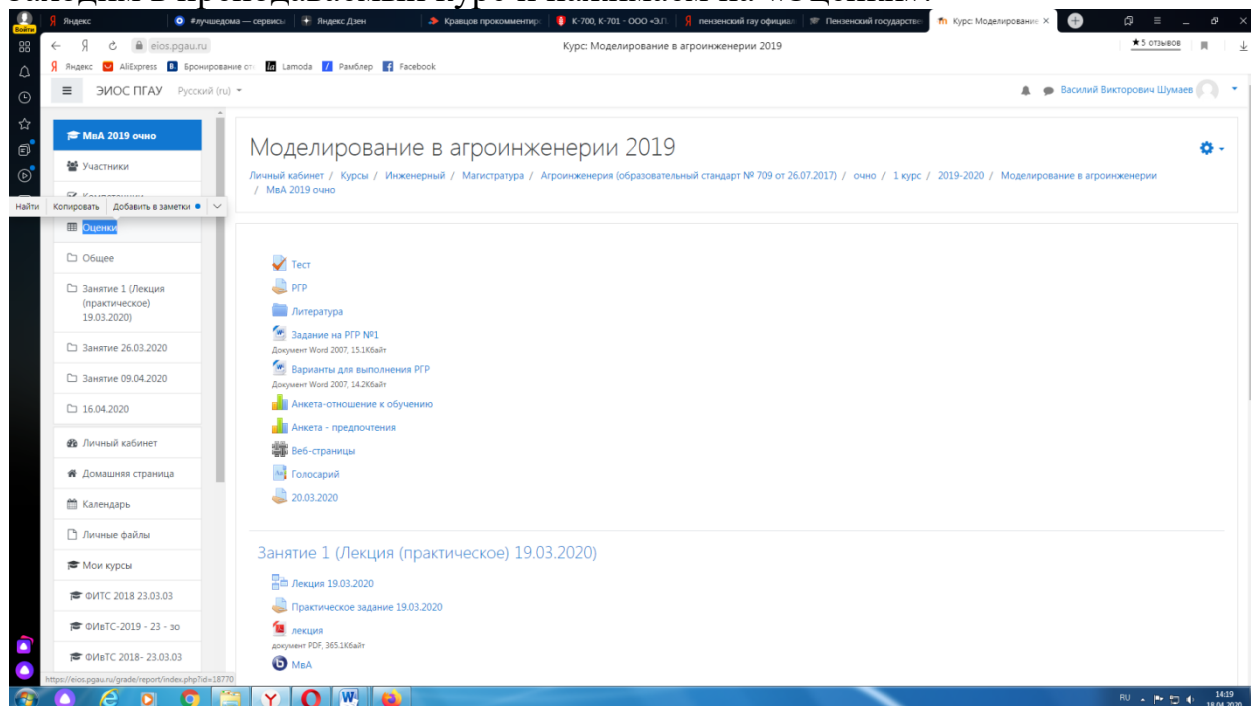
Время проведения собеседования с обучающимся не должно превышать 15 минут.

Для каждого обучающегося проводится отдельная видеоконференция и сохраняется отдельная видеозапись собеседования в случае проведения устного опроса. При прохождении тестирования достаточно одна запись на группу, при этом указывается в описании «Тестирование, 18.04.2020, 10.00-10.30».

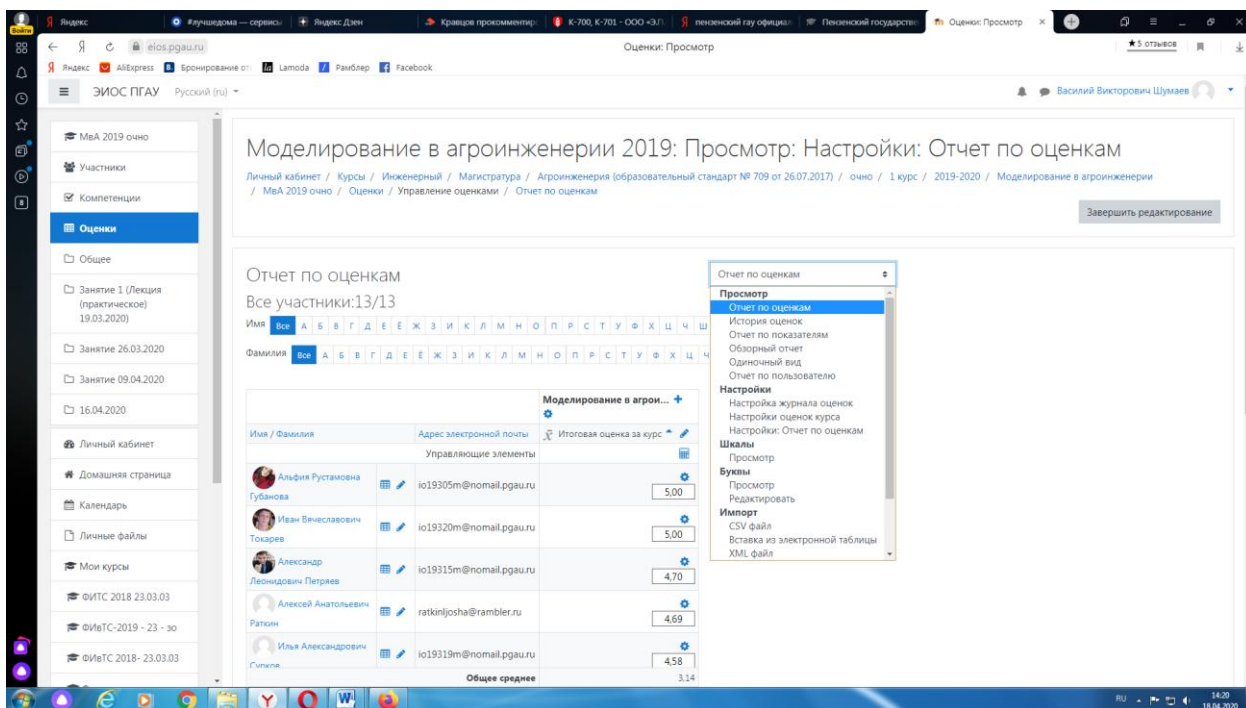


После сохранения видеозаписи педагогический работник может проставить выставленную обучающемуся оценку в электронную ведомость по следующему алгоритму.

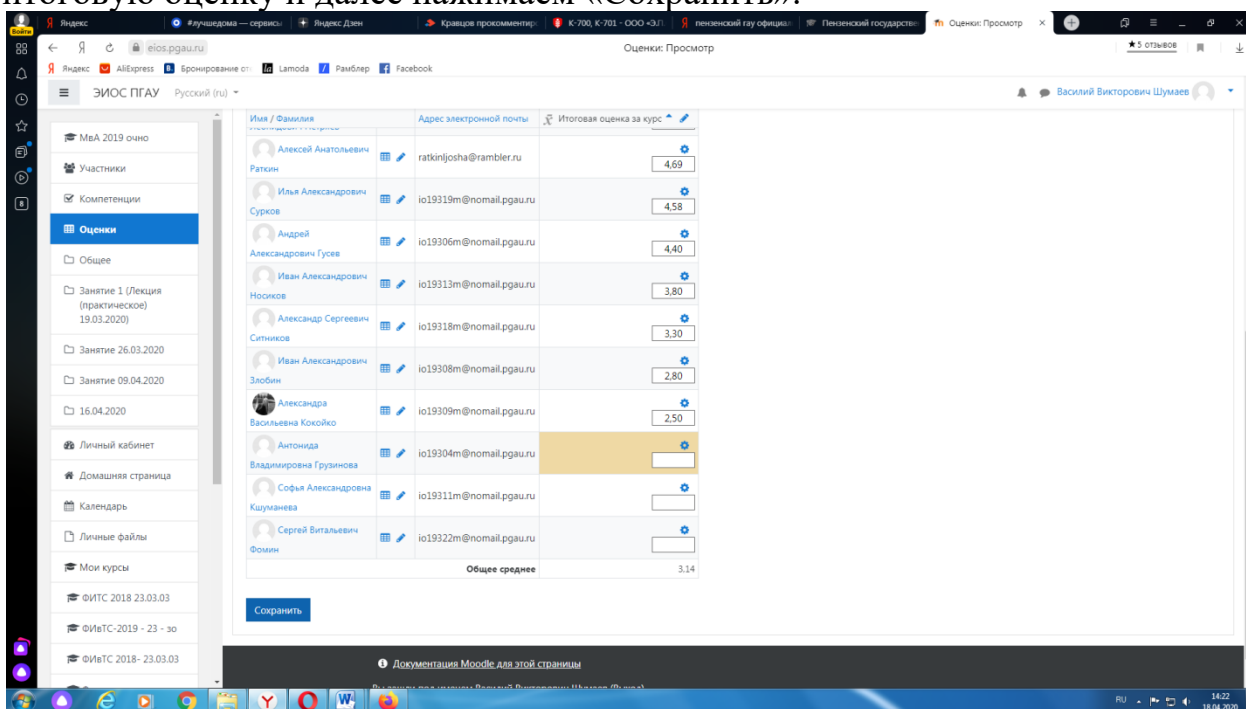
Заходим в преподаваемый курс и нажимаем на «Оценки».



Выбираем «Отчёт по оценкам».



В результате появляется ведомость с оценками, куда мы можем проставить итоговую оценку и далее нажимаем «Сохранить».



В случае наличия обучающихся, не явившихся на промежуточную аттестацию, педагогический работник в обязательном порядке

- создает отдельную видеоконференцию с наименованием «Не явились на промежуточную аттестацию»;
- включает режим видеозаписи;
- вслух озвучивает ФИО каждого обучающегося с указанием причины его неявки на промежуточную аттестацию, если причина на момент проведения промежуточной аттестации известна.

В случае если у педагогического работника возникли сбои технических средств при подключении и работе в ЭИОС, он может (в порядке исключения) провести промежуточную аттестацию, используя любой мессенджер, обеспечивающий видеосвязь и запись видео общения.

Запись необходимо прислать по адресу shumaev.v.v@pgau.ru. Наименование файла с видео необходимо задавать в следующем формате: «ФИО, дата, аттестации, время аттестации_дисциплина.mp4». Ссылка на видеозапись аттестации будет размещена в соответствующем разделе онлайн-курса.

Проведение промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования

Компьютерное тестирование проводится с использованием функции в ЭИОС. Тест должен состоять не менее чем из 20 вопросов, время тестирования – не менее 15 минут.

Перед началом тестирования педагогический работник в вебинарной комнате начинает собрание с наименованием «Тестирование», включает видеозапись.

В случае если идентификация личности проводится посредством фотофиксации, педагогический работник входит в раздел «Идентификация личности». В данном разделе находятся размещённые фотографии обучающихся с раскрытым паспортом на 2-3 странице или иным документом, удостоверяющего личность (серия и номер документа должны быть скрыты обучающимся), позволяющего четко зафиксировать фотографию обучающегося, его фамилию, имя, отчество (при наличии), дату и место рождения, орган, выдавший документ и дату его выдачи, (паспорт должен находиться на уровне лица, фотография должна быть отображением геолокации местоположения и (или) фиксацией времени).

Далее педагогический работник проводит идентификацию личностей обучающихся и осмотр помещений в которых они находятся (при видеофиксации), участвующих в тестировании, фиксирует обучающихся, не явившихся для прохождения промежуточной аттестации, в соответствии с процедурой, описанной выше.

Внимание! Обучающийся, приступивший к выполнению теста раньше проведения идентификации его личности, по итогам промежуточной аттестации получает оценку неудовлетворительно. После выполнения теста обучающемуся автоматически демонстрируется полученная оценка.

В случае если в ходе промежуточной аттестации при удаленном доступе произошли сбои технических средств обучающихся, устранить которые не удалось в течение 15 минут, педагогический работник создает отдельную видеоконференцию с наименованием «Сбои технических средств», включает режим видеозаписи, для каждого обучающегося вслух озвучивает ФИО обучающегося, описывает характер технического сбоя и фиксирует факт неявки обучающегося по уважительной причине.

Фиксация результатов промежуточной аттестации

Результат промежуточной аттестации обучающегося, проведенной в форме устного собеседования, фиксируется педагогическим работником в соответствующей видеозаписи, ссылка на которую размещается в соответствующем разделе онлайн-курса в Moodle. Результат промежуточной аттестации обучающегося, проведенной в форме компьютерного тестирования, фиксируется в результатах теста, сформированного в соответствующем разделе онлайн-курса в Moodle.

В день проведения промежуточной аттестации педагогический работник вносит ее результаты в электронную ведомость в соответствии с вышеизложенной инструкцией, выставляя итоговую оценку.

Порядок освобождения обучающихся от промежуточной аттестации

Экзаменатор имеет право выставлять отдельным студентам в качестве поощрения за хорошую работу в семестре экзаменационную оценку по результатам текущего (в течение семестра) контроля успеваемости без сдачи экзамена или зачета. Оценка за экзамен выставляется педагогическим работником в ведомость в период экзаменационной сессии, исходя из среднего балла по результатам работы в семестре, указанным в электронной ведомости.

Педагогический работник в случае освобождения обучающегося от экзамена, зачета доводит до него данную информацию с использованием личного кабинета в ЭИОС.

Имя / Фамилия	Адрес электронной почты	Итоговая оценка за курс
Альфия Рустамовна Губанова	io19305m@nomail.pgau.ru	5,00
Иван Вячеславович Токарев	io19320m@nomail.pgau.ru	5,00
Александр Леонидович Петряев	io19315m@nomail.pgau.ru	4,70
Алексей Анатольевич Раткин	ratkinjosh@rambler.ru	4,69
Илья Александрович Сурков	io19319m@nomail.pgau.ru	4,58
Андрей Александрович Гусев	io19306m@nomail.pgau.ru	4,40
Иван Александрович Ноосков	io19313m@nomail.pgau.ru	3,80
Александр Сергеевич Ситников	io19318m@nomail.pgau.ru	3,30
Иван Александрович Злобин	io19308m@nomail.pgau.ru	2,80
Александра Васильевна Кокотко	io19309m@nomail.pgau.ru	2,50
Антониды Владимировна Грузинова	io19304m@nomail.pgau.ru	
София Александровна Кушманева	io19311m@nomail.pgau.ru	
Сергей Витальевич		
Общее среднее		3,14

Средняя оценка определяется на основе трех и более оценок. Студент, пропустивший по уважительной причине занятие, на котором проводился контроль, вправе получить текущую оценку позднее.

Обучающийся освобождается от сдачи зачёта, если средний балл составил более 3.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации в форме тестирования:

При сдаче зачёта:

до 3 баллов – незачет;

от 3 до 5 баллов – зачет.

Педагогическим работником данные критерии могут быть скорректированы пропорционально максимальной оценки за тест. Например, если максимальная оценка составляла 10, тогда при сдаче зачёта:

до 6 баллов – незачет;

от 6 до 10 баллов – зачет.

Приложение 1**Ключ к тестовым заданиям**

Номер тестового вопроса	Вариант ответа	Номер тестового вопроса	Вариант ответа
1	в	26	в
2	в	27	в
3	а	28	а
4	а	29	б
5	в	30	б
6	б	31	в
7	а	32	в
8	в	33	б
9	а	34	а
10	б	35	а
11	а	36	а
12	г	37	б
13	г	38	б
14		39	
15		40	
16		41	
17		42	
18		43	
19		44	
20		45	
21		46	
22		47	
23		48	
24		49	
25		50	