



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по НР  
Н.А. Кострикова  
02.09.2024 г.

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине  
программы подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре  
(приложение к рабочей программе дисциплины)

## **ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА В ПИЩЕВОЙ БИОТЕХНОЛОГИИ**

**Группа научных специальностей**  
**4.3 Агроинженерия и пищевые технологии**

**Научная специальность**

**4.3.5. БИОТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И БИОЛОГИЧЕСКИ  
АКТИВНЫХ ВЕЩЕСТВ**

**Отрасль науки: технические науки**

Институт агроинженерии и пищевых систем

РАЗРАБОТЧИК

Кафедра пищевой биотехнологии

ВЕРСИЯ

1

ДАТА ВЫПУСКА

20.03.2022

## 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Товарная политика в пищевой биотехнологии» является подготовка к научно-исследовательской деятельности в области маркетинговых исследований в соответствии с инновационными методиками.

В результате изучения дисциплины «Товарная политика в пищевой биотехнологии» аспирант должен:

### ***Знать:***

- государственную политику в области пищевой биотехнологии,
- основные понятия в области товарной политики и маркетинга в пищевой биотехнологии,
- сущность товарной политики предприятия,
- особенности основных стратегических решений в товарной политике предприятий пищевой биотехнологии,
- принципы формирования качества продуктов пищевой биотехнологии,
- особенности международной товарной политики,
- возможности рекламы в распространении биотехнологической продукции предприятия;

### ***Уметь:***

- использовать методы маркетинговой стратегии и тактики в научных исследованиях и производственной практике при производстве и продвижении на рынок пищевых биопродуктов и биологически активных веществ,
- производить расчеты эффективности производства отдельных видов продукции пищевой биотехнологии,
- обосновывать необходимость изменения ассортимента выпускаемой продукции для повышения эффективности производства,
- прослеживать жизненный цикл и ход реализации выпускаемой продукции,
- использовать методы международной товарной политики,
- обеспечивать опережающую разработку технологии товаров нового поколения для оптимизации ассортимента и заданного уровня качества выпускаемой продукции,
- разрабатывать нормативную и техническую документацию на биотехнологическую продукцию в соответствии с требованиями российских и международных стандартов качества, использовать инструменты товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики;

- использовать основные принципы экологической экспертизы пищевого сырья и продуктов питания.

***Владеть:***

- методиками разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем,

- методами определения рациональных направлений переработки биотехнологического сырья,

- принципами оценки хода внедрения и реализации пищевых систем заданного уровня экономических показателей,

- терминологией для разработки исходных требований для программ компьютерного обеспечения, используемых при разработке, производстве и прослеживании хода реализации разрабатываемой продукции нового поколения,

- методологией оценки уровня отечественных и международных рынков биотехнологической продукции;

- методами разработки нормативной и технической документации на биотехнологическую продукцию в соответствии с требованиями российских и международных стандартов качества;

- принципами использования инструментов товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики.

## **2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля относятся:

- задания для практических занятий.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине относятся:

- вопросы к зачету.

## **3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

В приложении № 1 приведен перечень тем докладов по разделам дисциплины. По данным темам аспирант оформляет индивидуальный отчет, который защищает преподавателю. При защите учитывается качество оформления отчета (наличие цели, задач, методики проведения, выводов), правильность обработки полученных результатов и грамотность выводов.

Аспирант, самостоятельно выполнивший задание и продемонстрировавший знание темы практического занятия получает по результатам работы оценку «зачтено».

В приложении 2 приводятся вопросы к зачету по дисциплине «Товарная политика в пищевой биотехнологии».

#### 4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. К зачету допускаются аспиранты:

- получившие положительную оценку по результатам защиты докладов по индивидуальным темам, результатам выполнения и защиты всех практических работ и положительную оценку по результатам собеседования по темам, предусмотренным рабочей программой..

4.2 В приложении № 2 приведены вопросы к зачету по дисциплине.

Обучающийся должен ответить на 3 вопроса.

Оценка за зачет по дисциплине («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно») является экспертной и зависит от уровня освоения аспирантом тем дисциплины (наличия и сущности ошибок, допущенных при ответе на вопросы).

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2) «зачтено», «не зачтено»; 3) 100 - балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 1).

Таблица 1 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
Критерий	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>1 Системность и полнота знаний в</b>	Обладает частичными и разрозненными	Обладает минимальным набором знаний,	Обладает набором знаний, достаточным для	Обладает полнотой знаний и системным

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>отношения изучаемых объектов</b>	знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	системного взгляда на изучаемый объект	взглядом на изучаемый объект
<b>2 Работа с информацией</b>	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задачи данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
<b>4. Освоение стандартных алгоритмов решения</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в	В состоянии решать поставленные задачи в	В состоянии решать поставленные задачи в	Не только владеет алгоритмом и понимает его

<b>профессиональ ных задач</b>	соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	соответствии с заданным алгоритмом	соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи
------------------------------------	---	--	---	---

## **5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ**

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «**Товарная политика в пищевой биотехнологии**» представляет собой образовательный компонент программы по подготовке научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре по научной специальности **4.3.5. Биотехнология продуктов питания и биологически активных веществ.**

Авторы фонда – Е.В. Лютова, к.т.н., доцент кафедры пищевой биотехнологии

Фонд оценочных средств по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры пищевой биотехнологии (протокол № 7 от 20.03.2022 г.).

Заведующая кафедрой пищевой биотехнологии д.т.н., профессор О.Я. Мезенова

Согласовано:

Начальник УПК ВНК Н.Ю. Ключко

Заместитель директора по НиМД ИАПС Е.В. Ульрих

**Перечень тем рефератов по дисциплине  
«Товарная политика в пищевой биотехнологии»**

1. Основные понятия в области товарной политики в пищевой биотехнологии.
2. Понятие и сущность маркетинга. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.
3. Специфика маркетинговой деятельности на предприятиях пищевой и биотехнологической промышленности.
4. Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке. Классификация и сущность видов маркетинговых исследований.
5. Поведение потребителей. Сегментирование рынка.
6. Методики выбора целевых рынков.
7. Анализ конкурентной среды.
8. Товар в рыночной среде. Жизненный цикл товара.
9. Разработка продукции. Конкурентноспособность товара.
10. Номенклатура и ассортимент товара.
11. Формирование ассортимента выпускаемой продукции на пищевом и биотехнологическом производстве.
12. Товарные стратегии.
13. Ценообразование в маркетинге. Сущность и виды цен.
14. Ценовая политика организации и основные подходы к формированию цены товара.
15. Ценовые стратегии организации.
16. Характеристика каналов товародвижения.
17. Стратегия товародвижения.
18. Маркетинговые коммуникации. Теории коммуникаций.
19. Стратегия и система маркетинга. Маркетинговая служба предприятия.
20. Стратегии конкуренции. Оценка стратегии.
21. Стратегия маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.
22. Интернет-маркетинг.



**Вопросы к зачету**

**по дисциплине «Товарная политика в пищевой биотехнологии»**

1. Понятие маркетинга продовольственных товаров.
2. Цели маркетинга продовольственных товаров.
3. Задачи маркетинга продовольственных товаров.
4. Основные функции маркетинга продовольственных товаров.
5. Основные принципы маркетинга продовольственных товаров.
6. Понятие потребности, ее функции.
7. Иерархия потребностей.
8. Понятие товара на стыке товароведения и маркетинга продовольственных товаров.
9. Рынок, его основные понятийные категории.
10. Особенности потребительского рынка продовольственных товаров.
11. Общая характеристика среды маркетинга.
12. Внешняя среда маркетинга.
13. Неконтролируемые факторы внутренней среды маркетинга.
14. Контролируемые факторы внутренней среды маркетинга.
15. Понятие, значение и основные направления маркетинговых исследований.
16. Маркетинговые исследования: требования и процедура.
17. Этика маркетинговых исследований.
18. Понятие МИС, характеристика основных видов информации и источников ее получения.
19. Методы сбора маркетинговой информации: классификация.
20. Методы сбора маркетинговой информации: количественные исследования (опросы).
21. Методы сбора маркетинговой информации: качественные исследования (наблюдение, эксперимент).
22. Методы сбора маркетинговой информации: кабинетные методы (анализ документов).
23. Маркетинговый анализ информации.
24. Основные направления исследования товарных рынков.
25. Маркетинговые исследования товарных рынков: анализ предложения.
26. Маркетинговые исследования товарных рынков: изучение и анализ спроса на продовольственные товары.
27. Прогнозирование спроса на продовольственные товары.
28. Основные направления исследования продовольственных товаров.
29. Маркетинговые исследования продовольственных товаров: изучение жизненного цикла товаров (ЖЦТ).
30. Основные направления исследования потребителей.
31. Маркетинговые исследования потребителей: модель поведения потребителя.
32. Маркетинговые исследования потребителей: характеристика процесса покупки.
33. Маркетинговые исследования потребителей: факторы, влияющие на поведение потребителей.
34. Сегментация рынка. Признаки сегментации.
35. Выбор целевых сегментов рынка.
36. Позиционирование товара на рынке.

37. Сущность товарной политики.
38. Товарная политика: формирование ассортимента (номенклатуры) товаров.
39. Товарная политика: маркетинговые решения на стадиях ЖЦТ.
40. Товарная политика: решения об использовании товарных марок.
41. Товарная политика: решения относительно маркировки и упаковки товара.
42. Товарная политика: решения относительно сервисного обслуживания.
43. Ценообразование на различных типах рынков.
44. Методика расчета исходной цены: общая характеристика.
45. Подходы к проблеме ценообразования: установление цен на новый товар.
46. Подходы к проблеме ценообразования: ценообразование в рамках товарного ассортимента.
47. Подходы к проблеме ценообразования: установление цен по географическому принципу.
48. Подходы к проблеме ценообразования: установление цен со скидками и зачетами; контрактная цена.
49. Подходы к проблеме ценообразования: установление дискриминационных цен.
50. Реакция фирмы на изменение цен конкурентов.
51. Понятие и уровни каналов распределения.
52. Вертикальные маркетинговые системы (ВМС): общая характеристика.
53. Вертикальные маркетинговые системы (ВМС): корпоративная и управляемая ВМС.
54. Вертикальные маркетинговые системы (ВМС): договорные ВМС.
55. Горизонтальные и многоуровневые маркетинговые системы.
56. Решения о структуре канала и об управлении им.
57. Формирование коммуникационной политики.
58. Реклама как инструмент маркетинга.
59. Личная продажа: общая характеристика.
60. Стимулирование продаж: характеристика основных методов.
61. Общественные связи (пропаганда): общая характеристика.