

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Факультет промышленной технологии лекарств

Кафедра экономики и управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
В Т.Ч. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

**Б1.О.07 АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ**

Направление подготовки: 19.04.05 Высокотехнологичные производства пищевых продуктов функционального и специализированного назначения

Профиль подготовки: Разработка инновационных биотехнологий для пищевой промышленности

Формы обучения: очная

Квалификация, присваиваемая выпускникам: Магистр

Год набора: 2023

Срок получения образования: 2 года

Объем: в зачетных единицах: 6 з.е.
в академических часах: 216 ак.ч.

Разработчики:

Старший преподаватель, кафедры экономики и управления
Халимова А. А.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 19.04.05 Высокотехнологичные производства пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, утвержденного приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 № 946, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист в области биотехнологий продуктов питания", утвержден приказом Минтруда России от 24.09.2019 № 633н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Кафедра экономики и управления	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Орлов А. С.	Рассмотрено	03.11.2022
2	Методическая комиссия факультета	Председатель методической комиссии/совета	Алексеева Г. М.	Согласовано	03.11.2022
3	Кафедра биотехнологии	Ответственный за образовательную программу	Колодязная В. А.	Согласовано	03.11.2022

Согласование и утверждение образовательной программы

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	факультет промышленной технологии лекарств	Декан, руководитель подразделения	Куваева Е. В.	Согласовано	23.06.2022, № 11

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОП	5
3. Объем дисциплины и виды учебной работы	6
4. Содержание дисциплины	6
4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	6
4.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля	7
4.3. Содержание занятий семинарского типа.	8
4.4. Содержание занятий лекционного типа	9
4.5. Содержание занятий семинарского типа	10
4.6. Содержание самостоятельной работы обучающихся	11
5. Порядок проведения промежуточной аттестации	11
6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	13
6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы	13
6.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся	14
6.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	14
6.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование	15
7. Методические материалы по освоению дисциплины	16
8. Оценочные материалы	18

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

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

ОПК-1.1 Способен проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний и результатов исследований

Знать:

ОПК-1.1/Зн1 Знать базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов.

Уметь:

ОПК-1.1/Ум1 Уметь проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-1.2 Применяет современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия

Знать:

ОПК-1.2/Зн1 Знать современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Владеть:

ОПК-1.2/Нв1 Владеть современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-5 Способен организовывать научно-исследовательские и научно-производственные работы для комплексного решения профессиональных задач

ОПК-5.1 Разрабатывает планы проведения научно-исследовательских работ и маркетинговых исследований в области прогрессивных биотехнологий и новой биотехнологической продукции для пищевой промышленности с целью поиска и разработки новых эффективных путей получения биотехнологических продуктов, создания современных биотехнологий

Знать:

ОПК-5.1/Зн2 Знать методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка.

Уметь:

ОПК-5.1/Ум2 Уметь собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.

ОПК-4 Способен использовать методы моделирования функциональных и специализированных продуктов и проектирования высокотехнологических процессов производства пищевой продукции

ОПК-4.2 Применяет методы экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции
Знать:

ОПК-4.2/Зн1 Знать основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Владеть:

ОПК-4.2/Нв1 Владеть методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.О.07 «Аналитические исследования и стратегический маркетинг в сфере производства пищевых продуктов» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 2, 3.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.О.03 Статистические методы и планирование эксперимента;

Б1.О.01 Сырьевая база пищевой биотехнологии;

Б2.О.01(У) учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

ФТД.В.02 Анализ научных и производственных данных с использованием программы Microsoft Excel;

Б1.О.10 Математическое моделирование;

Б1.О.11 Моделирование биотехнологических процессов;

Б1.О.09 Общий и стратегический менеджмент;

Б3.О.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

Б2.О.01(У) учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации в период теоретического обучения (часы)	Лекции (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа студента (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Второй семестр	108	3	60	24	12	24	44	Зачет (4)
Третий семестр	108	3	60	24	12	24	40	Дифференцированный зачет (4) Курсовая работа (4)
Всего	216	6	120	48	24	48	84	12

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации в период теоретического обучения	в.т.ч. Аудиторная контактная работа	Лекции	в.т.ч. Аудиторная контактная работа	Практические занятия	в.т.ч. Аудиторная контактная работа	Самостоятельная работа студента	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.	54	12	12	6	6	12	12	24	ОПК-1.1 ОПК-1.2
Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга.	54	12	12	6	6	12	12	24	

Особенности маркетинга пищевых продуктов.									
Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов	50	12	12	6	6	12	12	20	ОПК-1.2 ОПК-4.2
Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов	50	12	12	6	6	12	12	20	
Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов.	100	24	24	12	12	24	24	40	ОПК-4.2 ОПК-5.1
Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка.	50	12	12	6	6	12	12	20	
Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.	50	12	12	6	6	12	12	20	
Итого	204	48	48	24	24	48	48	84	

4.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.

Классические определения маркетинга и управления маркетингом. Связь теории маркетинга с другими науками и дисциплинами. Общественное значение маркетинга. Предпосылки, цели и содержание концепции социально-этического маркетинга. Сущность ключевых концепций теории и практики маркетинга – «4 Р». Особенности и функциональные задачи стратегического и операционного маркетинга, основные функциональные задачи маркетинга.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Тест
Контроль самостоятельной работы

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов

Понятие отрасли пищевых продуктов и пищевой промышленности. Структура пищевой промышленности с точки зрения представленных компаний. Характер динамики и региональной структуры российского рынка пищевых продуктов. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в развитых и развивающихся странах.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы

Тест
Контроль самостоятельной работы

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов.

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка.

Цели, принципы и методы проведения аналитических исследований. Виды и источники информации о рынке пищевых продуктов. Первичная и вторичная информация о рынке. Анализ и интерпретация информации. Ведущие компании, предоставляющие вторичную информацию о рынке пищевых продуктов. Алгоритмы проведения типовых видов аналитических исследований рынка пищевых продуктов. Понятие границ рынка, целевой аудитории и ниш рынка.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Тест
Контроль самостоятельной работы

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Исследование уровня и динамики развития конкуренции. Внешние и внутренние конкурентные преимущества. Типы рыночных структур на рынке пищевых продуктов. Цикл жизни пищевых продуктов. Цели и методы анализа продуктового портфеля компаний. Основные тенденции развития мирового и российского рынка пищевых продуктов. Ведущие компании, продукты. Макроэкономические факторы и факторы отраслевой среды в анализе рынка пищевых продуктов. Сегментация рынка пищевых продуктов. Оценка динамики развития рынка в контексте основных факторов, на нее влияющих. Прогнозирование развития рынка пищевых продуктов.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля, оценочные материалы
Тест
Контроль самостоятельной работы

4.3. Содержание занятий семинарского типа.

Очная форма обучения. Консультации в период теоретического обучения (48 ч.)

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (12 ч.)

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (12 ч.)

1. Введение в маркетинг.
2. Консультация по выполнению самостоятельной работы по дисциплине.
3. Особенности и функциональные задачи стратегического и операционного маркетинга, основные функциональные задачи маркетинга.
4. Цели, задачи и инструменты продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (12 ч.)

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (12 ч.)

1. Консультация по выполнению самостоятельной работы по дисциплине.

2. Консультация по выполнению индивидуального задания по теме "Динамика и региональная структура российского рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения".
3. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в развитых и развивающихся странах.
4. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в России.

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов. (24 ч.)

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка. (12 ч.)

1. Консультация по выбору темы и выполнению курсовой работы.
2. Консультация по выполнению индивидуального задания по теме "Виды и источники информации о рынке пищевых продуктов".
3. Ведущие компании, предоставляющие вторичную информацию о рынке пищевых продуктов.
4. Алгоритмы проведения типовых видов аналитических исследований рынка пищевых продуктов.

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. (12 ч.)

1. Консультация по выполнению курсовой работы.
2. Консультация по выполнению индивидуального задания по теме "Оценка состояния конкуренции на рынке пищевых продуктов".
3. Экспертные методы и математическое моделирование.
4. Прогнозирование развития рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

4.4. Содержание занятий лекционного типа.

Очная форма обучения. Лекции (24 ч.)

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (6 ч.)

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (6 ч.)

1. Введение в теорию маркетинга. Особенности маркетинга рынка пищевых продуктов.
2. Особенности маркетинга B2B и B2C рынков.
3. Общая характеристика и закономерности развития мирового и российского рынка пищевых продуктов.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (6 ч.)

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (6 ч.)

1. Понятие отрасли пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
2. Динамика и региональная структура российского рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
3. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в развитых и развивающихся странах.

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов. (12 ч.)

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка. (6 ч.)

1. Цели, принципы и методы проведения аналитических исследований.
2. Виды и источники информации о рынке пищевых продуктов.
3. Алгоритмы проведения типовых видов аналитических исследований рынка пищевых продуктов.

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального

и специализированного назначения. (6 ч.)

1. Подходы к оценке состояния конкуренции на товарном рынке.
2. Цикл жизни товара. Методы анализа продуктового портфеля компании.
3. Прогнозирование развития рынка пищевых продуктов.

4.5. Содержание занятий семинарского типа.

Очная форма обучения. Практические занятия (48 ч.)

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (12 ч.)

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (12 ч.)

1. Введение в маркетинг.
2. Особенности B2B рынков и специфика маркетинга.
3. Особенности B2C рынков и специфика маркетинга.
4. Цели, задачи и инструменты продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (12 ч.)

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (12 ч.)

1. Понятие отрасли пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
2. Динамика и региональная структура российского рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
3. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в развитых и развивающихся странах.
4. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в России.

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов. (24 ч.)

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка. (12 ч.)

1. Цели, принципы и методы проведения аналитических исследований.
2. Виды и источники информации о рынке пищевых продуктов.
3. Анализ и интерпретация первичной и вторичной информации о рынке пищевых продуктов.
4. Алгоритмы проведения типовых видов аналитических исследований рынка пищевых продуктов.

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. (12 ч.)

1. Оценка состояния конкуренции на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
2. Цикл жизни товара. Методы анализа продуктового портфеля компании.
3. Экспертные методы и математическое моделирование.
4. Прогнозирование развития рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

4.6. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения. Самостоятельная работа студента (84 ч.)

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (24 ч.)

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов. (24 ч.)

1. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю знаний.
2. Подготовка и написание эссе.
3. Выполнение индивидуального задания.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (20 ч.)

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов (20 ч.)

1. Подготовка к практическим занятиям.
2. Выполнение индивидуального задания в форме реферата.
3. Подготовка к текущему контролю знаний.

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов. (40 ч.)

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка. (20 ч.)

1. Выполнение курсовой работы.
2. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю знаний.
3. Выполнение индивидуального задания в виде доклада.

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. (20 ч.)

1. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю знаний.
2. Подготовка к промежуточной аттестации.
3. Выполнение и подготовка к защите курсовой работы.

5. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: очная форма обучения, Курсовая работа, Третий семестр.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты курсовой работы. Защита курсовой работы проводится в виде доклада студента по теме курсовой работы и собеседования.

Порядок проведения защиты курсовой работы:

- защита курсовой работы проводится в период теоретического обучения;
- защита курсовой работы принимается преподавателем только при наличии ведомости и надлежаще оформленной зачетной книжки;
- результат защиты курсовой работы объявляется студенту непосредственно после ее осуществления, затем выставляется в ведомость и зачетную книжку студента. Положительная оценка заносится в ведомость и зачетную книжку, неудовлетворительная оценка проставляется только в ведомости. В случае неявки студента для защиты курсовой работы в ведомости вместо оценки делается запись "не явился".

К защите курсовой работы студент должен подготовить устный доклад по теме своей работы с презентацией объемом не более 12 слайдов.

После окончательного выполнения курсовая работа сдается преподавателю на проверку и

рецензирование. Срок проверки курсовой работы составляет не менее 5 дней. В связи с этим курсовая работа должна быть выполнена и сдана на проверку преподавателю не позднее, чем за 2 недели до начала экзаменационной сессии, поскольку это минимальный период времени, необходимый для ее рецензирования и защиты. Готовая работа должна быть загружена в эиос в виде двух файлов: в формате .docx или .pdf загружается текстовая часть работы, в формате .xlsx студент загружает расчетную часть работы.

Оценка за курсовую работу, выполненную позже установленного предельного срока, снижается как минимум на один балл.

В ходе рецензирования курсовая работа оценивается по следующим основным критериям:

1) содержательность, объединяющая целый ряд характеристик работы:

- полнота и глубина раскрытия темы;
- логичность и корректность сделанных выводов и заключений как по отдельным разделам, так и по курсовой работе в целом;
- оригинальность высказанных суждений и идей, самостоятельность и творческий подход к работе;
- стиль и грамотность изложения материала;
- степень разнообразия использованных информационных источников;

2) качество оформления, отражающее степень соответствия курсовой работы предъявляемым требованиям;

3) своевременность, характеризующая способность выполнения курсовой работы не позднее установленного предельного срока.

После проверки преподавателем курсовая работа вместе с рецензией на нее возвращается студенту на доработку для устранения отмеченных недостатков. При этом в случае незначительного количества замечаний или их полного отсутствия за курсовую выставляется положительная оценка, и она допускается к защите, о чем делается соответствующая надпись на титульном листе.

В процессе защиты курсовых работ устанавливается самостоятельность их выполнения, определяется уровень теоретической подготовленности студента, оцениваются приобретенные им практические навыки в сборе и анализе информации, написании самостоятельной творческой работы. Защита курсовых работ проводится в форме итоговой беседы студента с преподавателем. Непосредственно процедура защиты состоит в коротком докладе студента (не более 10 минут) с презентацией и ответах на вопросы преподавателя. Сразу после выступления студенту задаются вопросы, на которые ему необходимо дать полные и исчерпывающие ответы. Количество задаваемых вопросов не ограничивается, но существенно зависит от качества выполненной работы, серьезности допущенных ошибок, содержательности сделанного доклада. Вопросы в большинстве своем напрямую связаны с тематикой выполненной курсовой работы, но могут и выходить за ее рамки и касаться прочих тем изучаемой дисциплины.

Оценивается курсовая работа по четырехбалльной шкале (отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно). На итоговую оценку влияют результаты процедуры защиты и выставленная предварительная оценка.

Оценка защиты курсовой работы осуществляется на основе результатов таблицы балльно-рейтинговой оценки курсовой работы:

«отлично» - 900-1000 баллов;

«хорошо» - 750-899 баллов;

«удовлетворительно» - 600-749 баллов;

«не удовлетворительно» - менее 600 баллов.

Оценки «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» означают успешное прохождение промежуточной аттестации. Если по итогам проведенной промежуточной аттестации хотя бы одна из компетенций не сформирована на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка "не удовлетворительно".

Промежуточная аттестация: очная форма обучения, Дифференцированный зачет, Третий семестр.

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Зачет проводится в виде оценки портфолио студента с учетом балльно-рейтинговой системы.

Порядок проведения зачета:

1. Зачет с оценкой проводится в период теоретического обучения. Не допускается проведение зачета с оценкой на последних аудиторных занятиях.

2. Преподаватель принимает зачет только при наличии ведомости и надлежащим образом оформленной зачетной книжке.

3. Результат зачета с оценкой объявляется студенту непосредственно после его сдачи, затем выставляется в ведомость и зачетную книжку студента. Положительная оценка заносится в ведомость и зачетную книжку студента, неудовлетворительная оценка выставляется только в ведомости. В случае неявки студента для сдачи зачета в ведомости вместо оценки делается запись "не явился".

Оценка за дифференцированный зачет выставляется по балльно-рейтинговой системе, баллы накапливаются в течение семестра. Оценка выставляется только при условии сдачи всех контрольных мероприятий.

Результаты обучения по компетенциям считаются сформированными на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой, если по итогам применения оценочных средств результаты, демонстрируемые обучающимся, отвечают критерию сформированности результатам обучения компетенции.

В рамках промежуточной аттестации оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» выставляется, если в течение семестра набрано не менее 60% соответствующего количества баллов в балльно-рейтинговой системе.

Зачет с оценкой выставляется по сумме баллов за семестр с учетом правил балльно-рейтинговой системы:

Менее 600 баллов - неудовлетворительно.

От 600 до 749 баллов - удовлетворительно.

От 750 до 899 баллов - хорошо.

От 900 и выше - отлично.

Если по итогам проведенной промежуточной аттестации хотя бы одна из компетенций не сформирована на уровне требований к дисциплине в соответствии с образовательной программой (результаты обучающегося не соответствуют критерию сформированности компетенции), обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно».

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Трофимова Е. О. Введение в фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: - Санкт-Петербург: Изд-во СПХФУ, 2018. - 100 с.

2. Тропынина, Н. Е. Маркетинг инноваций: Учебное пособие / Н. Е. Тропынина, О. М. Куликова. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 142 - 978-5-7937-1821-9. - Текст: непосредственный.

3. Трофимова Е. О. Методология исследований фармацевтического рынка. [Электронный ресурс]: - Санкт-Петербург: Изд-во СПХФУ, 2019. - 100 с.

4. Ямпольская, Д.О. Ценообразование в условиях рынка: учебное пособие / Д.О. Ямпольская. - Москва: Международные отношения, 2015. - 192 - 978-5-7133-1508-5. - Текст:

непосредственный.

Дополнительная литература

1. Донченко, Л. В. Маркетинг пищевой продукции: учебное пособие / Л. В. Донченко, Е. В. Щербакова, Е. А. Ольховатов, - Маркетинг пищевой продукции - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 101 с. - 978-5-4487-0294-5. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/77013.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

2. Регламент (ЕС) Европейского Парламента и Совета ЕС 1924/2006 от 20 декабря 2006 г. о заявлениях о пищевой ценности и полезности для здоровья, указываемых на пищевых продуктах / пер. И. В. Артамонова. - Регламент (ЕС) Европейского Парламента и Совета ЕС 1924/2006 от 20 декабря 2006 г. о заявлениях о пищевой ценности и полезности для здоровья, указываемых на пищевых продуктах - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 34 с. - 978-5-4486-0548-2. - Текст: электронный. // ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/79927.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: по подписке

6.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://minzdrav.gov.ru/> - Министерство здравоохранения РФ: [официальный сайт].
2. eLibrary.ru - Портал научных публикаций
3. <https://www.dsm.ru/> - DSM Group

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.remedium.ru/> - Официальный сайт журнала Ремедиум
2. <https://www.who.int/> - Всемирная организация здравоохранения: [официальный сайт].
3. <https://pharmvestnik.ru/> - Официальный сайт журнала Фармацевтический вестник

6.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения реализации дисциплины используется стандартный комплект программного обеспечения (ПО), включающий регулярно обновляемое свободно распространяемое и лицензионное ПО, в т.ч. MS Office.

Программное обеспечение для адаптации образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья:

Программа экранного доступа Nvda - программа экранного доступа к системным и офисным приложениям, включая web-браузеры, почтовые клиенты, Интернет-мессенджеры и офисные пакеты. Встроенная поддержка речевого вывода на более чем 80 языках. Поддержка большого числа брайлевских дисплеев, включая возможность автоматического обнаружения многих из них, а также поддержка брайлевского ввода для дисплеев с брайлевской клавиатурой. Чтение элементов управления и текста при использовании жестов сенсорного экрана.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

*Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.*

6.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Для обеспечения реализации дисциплины используется оборудование общего назначения, специализированное оборудование, оборудование, обеспечивающее адаптацию электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий по списку.

Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа (практических занятий), лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

проектор, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата, учебная мебель для педагогического работника и обучающихся (столы и стулья), экран для проектора, мобильная маркерная доска

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

персональные компьютеры с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата, учебная мебель для педагогического работника и обучающихся (столы и стулья), маркерная доска

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

персональные компьютеры с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата, учебная мебель для педагогического работника и обучающихся (столы и стулья), маркерная доска

Оборудование, обеспечивающее адаптацию электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (место размещения - учебно-методический отдел, устанавливается по месту проведения занятий (при необходимости)):

Устройство портативное для увеличения DION OPTIC VISION - предназначено для обучающихся с нарушением зрения с целью увеличения текста и подбора контрастных схем изображения;

Электронный ручной видеоувеличитель Bigger D2.5-43 TV - предназначено для обучающихся с нарушением зрения для увеличения и чтения плоскочечатного текста;

Радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-PCM» РМ-6-1 (заушный индиктор) - портативная звуковая FM-система для обучающихся с нарушением слуха, улучшающая восприятие голосовой информации.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

В ходе реализации учебного процесса по дисциплине проводятся учебные занятия и выполняется самостоятельная работа. По вопросам, возникающим в процессе выполнения самостоятельной работы, проводятся консультации.

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии:

Информирование: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Консультирование: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Контроль: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Размещение учебных материалов: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Учебно-методическое обеспечение:

Халимова А.А. Аналитические исследования и стратегический маркетинг в сфере производства пищевых продуктов : электронный учебно-методический комплекс / А.А.

Халимова; ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России. – Санкт-Петербург, 2022. – Текст электронный // ЭИОС СПХФУ : [сайт]. – URL: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>. —

Режим доступа: для авторизованных пользователей.

Методические указания по формам работы

Консультации в период теоретического обучения

Консультации в период теоретического обучения предназначены для разъяснения порядка выполнения самостоятельной работы и ответа на сложные вопросы в изучении дисциплины. В рамках консультаций проводится контроль выполнения обучающимся самостоятельной работы. Контроль осуществляется в следующей форме:

Задач и заданий реконструктивного уровня

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой средство, позволяющее оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: комплект задач и заданий

Контрольной работы

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: комплект контрольных заданий по вариантам.

Лекции

Лекции предназначены для сообщения обучающимся необходимого для изучения дисциплины объема теоретического материала. В рамках лекций преподавателем могут реализовываться следующие интерактивные образовательные технологии: лекция с ошибками, видеоконференция, вебинар.

Практические занятия

Практические занятия предусматривают применение преподавателем различных интерактивных образовательных технологий и активных форм обучения: дискуссия, деловая игра, круглый стол, мини-конференция. Текущий контроль знаний осуществляется на практических занятиях и проводится в форме:

Собеседование

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой средство контроля,

организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: вопросы по темам/разделам дисциплины

Тест

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой систему стандартизированных заданий, позволяющую автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: спецификация банка тестовых заданий

Доклада, сообщения

Краткая характеристика оценочного средства: представляет собой продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Представление оценочного средства в оценочных материалах: темы докладов, сообщений.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

1. Планируемые результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

ОПК-1.1 Способен проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний и результатов исследований

Знать:

ОПК-1.1/Зн1 Знать базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов.

Уметь:

ОПК-1.1/Ум1 Уметь проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-1.2 Применяет современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия

Знать:

ОПК-1.2/Зн1 Знать современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Владеть:

ОПК-1.2/Нв1 Владеть современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-5 Способен организовывать научно-исследовательские и научно-производственные работы для комплексного решения профессиональных задач

ОПК-5.1 Разрабатывает планы проведения научно-исследовательских работ и маркетинговых исследований в области прогрессивных биотехнологий и новой биотехнологической продукции для пищевой промышленности с целью поиска и разработки новых эффективных путей получения биотехнологических продуктов, создания современных биотехнологий

Знать:

ОПК-5.1/Зн2 Знать методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка.

Уметь:

ОПК-5.1/Ум2 Уметь собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.

ОПК-4 Способен использовать методы моделирования функциональных и специализированных продуктов и проектирования высокотехнологических процессов производства пищевой продукции

ОПК-4.2 Применяет методы экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции

Знать:

ОПК-4.2/Зн1 Знать основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Владеть:

ОПК-4.2/Вл1 Владеть методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции

2. Шкала оценивания

2.1. Уровни овладения

Компетенция: ОПК-1 Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятия.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-1.1 Способен проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний и результатов исследований.

Уровень	Характеристика
Повышенный	Знает базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов. Умеет проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
Базовый	Знает в общих чертах базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов. В целом, умеет проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Пороговый	Знает в общих чертах базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов. Умеет проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, но допускает ошибки, которые исправляет при указании преподавателя на них.
Ниже порогового	Не знает базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов. Не умеет проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-1.2 Применяет современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия.

Уровень	Характеристика
Повышенный	Знает современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. Владеет современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
Базовый	Знает в общих чертах современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. Владеет некоторыми современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
Пороговый	Знает в общих чертах современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. Владеет современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, но допускает ошибки, которые

	исправляет при указании преподавателя на них.
Ниже порогового	<p>Не знает современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.</p> <p>Не владеет современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.</p>

Компетенция: ОПК-4 Способен использовать методы моделирования функциональных и специализированных продуктов и проектирования высокотехнологических процессов производства пищевой продукции.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-4.2 Применяет методы экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции.

Уровень	Характеристика
Повышенный	<p>Знает основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.</p> <p>Владеет методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции.</p>
Базовый	<p>Знает основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения в общих чертах.</p> <p>Владеет некоторыми методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции.</p>
Пороговый	<p>Знает основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения в общих чертах.</p> <p>Владеет методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции, но допускает ошибки, которые исправляет при указании преподавателя на них.</p>
Ниже порогового	Не знает основные этапы планирования и проведения комплекса

	<p>исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. Не владеет методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции.</p>
--	---

Компетенция: ОПК-5 Способен организовывать научно-исследовательские и научно-производственные работы для комплексного решения профессиональных задач.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-5.1 Разрабатывает планы проведения научно-исследовательских работ и маркетинговых исследований в области прогрессивных биотехнологий и новой биотехнологической продукции для пищевой промышленности с целью поиска и разработки новых эффективных путей получения биотехнологических продуктов, создания современных биотехнологий.

Уровень	Характеристика
Повышенный	<p>Знает методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка. Умеет собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.</p>
Базовый	<p>Знает в общих чертах методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка. В целом, умеет собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.</p>
Пороговый	<p>Знает в общих чертах методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка. Умеет собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований, но допускает ошибки, которые исправляет при указании преподавателя на них.</p>
Ниже порогового	<p>Не знает методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка. Не умеет собирать и анализировать информацию о рынке пищевых</p>

	продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.
--	---

3. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тест Контроль самостоятельной работы
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет Зачет Курсовая работа

№ п/п	Наименование раздела	Контролируемые ИДК	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
			Текущий	Промежут. аттестация
1	Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.	ОПК-1.1 ОПК-1.2	Тест Контроль самостоятельной работы	Дифференцированный зачет Зачет Курсовая работа
2	Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов	ОПК-1.2 ОПК-4.2	Тест Контроль самостоятельной работы	Дифференцированный зачет Зачет Курсовая работа
3	Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов.	ОПК-4.2 ОПК-5.1	Тест Контроль самостоятельной работы	Дифференцированный зачет Зачет Курсовая работа

4. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-1.2

Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых

продуктов.

Форма контроля/оценочное средство: Тест

Вопросы/Задания:

1. Выполните тест

Используются тестовые задания из банка тестовых заданий по дисциплине.

Спецификация тестов, формируемых на основе банка тестовых заданий:

- Длина теста: 20 тестовых заданий

- Временные ограничения: ограничен во времени - 20 минут, среднее время выполнения одного задания: 60 секунд.

- Способ формирования тестовой последовательности: случайный выбор заданий из соответствующей темы банка тестовых заданий.

Полнотекстовые версии банка тестовых заданий размещены в рамках электронного учебно-методического комплекса: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Структура банка тестовых заданий по теме:

Тестовых заданий закрытой формы с выбором одного правильного ответа – 19 (номера в БТЗ – ФМ Л1.1, Л1.6, Л1.8-Л1.10, Л1.13, Л1.16, Л1.17, Л1.26, Л1.28, Л1.35-39, Л1.49, Л1.54, Л1.55, Л1.59)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором нескольких правильных ответов – 34 (номера в БТЗ – Л1.2- Л1.4, Л1.7, Л1.11, Л1.12, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.20, Л1.22- Л1.25, Л1.27, Л1.29- Л1.34, Л1.40- Л1.43, Л1.45, Л1.48, Л1.50- Л1.53, Л1.56- Л1.58)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором «верно / неверно» - 2 (номера в БТЗ – Л1.5, Л1.60)

Тестовых заданий закрытой формы на установление соответствия – 1 (номера в БТЗ – Л1.44)

Форма контроля/оценочное средство: Контроль самостоятельной работы

Вопросы/Задания:

1. Напишите эссе в рамках выполнения индивидуального задания

Тема для написания эссе: "Суть концепции социально-этического маркетинга и ее воплощение в деятельности компаний рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения".

Эссе должно быть выполнено на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст эссе должен быть набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов.

Общий объем эссе должен составлять 2-3 страницы печатного текста.

Эссе должно содержать вступление, позицию автора по отношению к рассматриваемой теме (тезис), не менее двух аргументов к вынесенному во вступлении тезису с примерами, заключение, список использованной литературы.

Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов

Контролируемые ИДК: ОПК-1.2 ОПК-4.2

Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов

Форма контроля/оценочное средство: Тест

Вопросы/Задания:

1. Выполните тест

Используются тестовые задания из банка тестовых заданий по дисциплине.

Спецификация тестов, формируемых на основе банка тестовых заданий:

- Длина теста: 20 тестовых заданий

- Временные ограничения: ограничен во времени - 20 минут, среднее время выполнения одного задания: 60 секунд.

- Способ формирования тестовой последовательности: случайный выбор заданий из соответствующей темы банка тестовых заданий.

Полнотекстовые версии банка тестовых заданий размещены в рамках электронного учебно-методического комплекса: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Структура банка тестовых заданий по теме:

Тестовых заданий закрытой формы с выбором одного правильного ответа – 21 (номера в БТЗ – Л2.1, Л2.2, Л2.7- Л2.10, Л2.14- Л2.24, Л2.27- Л2.30.)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором нескольких правильных ответов – 9 (номера в БТЗ – Л2.3- Л2.6, Л2.11- Л2.13, Л2.25, Л2.26)

Форма контроля/оценочное средство: Контроль самостоятельной работы

Вопросы/Задания:

1. Подготовьте доклад в рамках выполнения индивидуального задания

Тема доклада: "Анализ реальных ситуаций: нарушения требований к рекламе и продвижению на российском рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения".

Студент самостоятельно выбирает пищевой продукт функционального и специализированного назначения или биологически активную добавку, реклама которых нарушает законодательство РФ в сфере рекламы, проводит ее анализ и готовит доклад с результатами проведенной работы.

Подготовка презентации с описанием и квалификацией нарушений, анализом позиционирования и коммуникативного комплекса маркетинга пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Презентация должна содержать не более 12 слайдов, на которых должна быть отражена следующая информация:

1. ФИО докладчика, номер группы;

2. Краткая характеристика товара (состав, форма выпуска, компания, действие и применение, позиционирование - какие проблемы потребителей решает, отличие от конкурентов, целевые аудитории);

3. Демонстрация самой рекламы (насколько позволяет формат презентации);

4. Обозначение каналов коммуникаций;

5. Разбор рекламы и квалификация нарушений требования ФЗ «О рекламе»;

6. Рекомендации по изменению рекламы для достижения цели соблюдения законодательства.

Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов.

Контролируемые ИДК: ОПК-5.1 ОПК-4.2

Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка.

Форма контроля/оценочное средство: Тест

Вопросы/Задания:

1. Выполните тест

Используются тестовые задания из банка тестовых заданий по дисциплине.

Спецификация тестов, формируемых на основе банка тестовых заданий:

- Длина теста: 20 тестовых заданий

- Временные ограничения: ограничен во времени - 20 минут, среднее время выполнения одного задания: 60 секунд.

- Способ формирования тестовой последовательности: случайный выбор заданий из соответствующей темы банка тестовых заданий.

Полнотекстовые версии банка тестовых заданий размещены в рамках электронного учебно-методического комплекса: <http://edu.spcpu.ru/course/view.php?id=3904>

Структура банка тестовых заданий по теме:

Тестовых заданий закрытой формы с выбором одного правильного ответа – 9 (номера в БТЗ – Л4.8, Л4.12, Л4.14, Л4.15, Л4.19- Л4.22, Л4.25)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором нескольких правильных ответов – 19 (номера в БТЗ – Л4.1, Л4.4- Л4.11, Л4.13, Л4.23, Л4.24, Л4.26, Л4.27, Л4.29- Л4.33, Л4.35)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором «верно / неверно» - 1 (номера в БТЗ – Л4.34)

Тестовых заданий закрытой формы на установление соответствия – 4 (номера в БТЗ – Л4.2, Л4.16- Л4.18)

Форма контроля/оценочное средство: Контроль самостоятельной работы

Вопросы/Задания:

1. Подготовьте сообщение в рамках выполнения индивидуального задания.

Задание должно быть выполнено на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы должен быть набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов.

Общий объем работы должен составлять не более 5 страниц печатного текста.

В работе должны содержаться ответы на следующие вопросы:

1. Объем, структура и динамика продаж на российском рынке за предыдущий год по сравнению с аналогичными периодами прошлых лет. Характерные тенденции и факторы, их обуславливающие.
2. Объем и динамика производства, импорта и экспорта пищевых продуктов функционального и специализированного назначения. Причины наблюдаемых изменений.
3. Тенденции на рынке интернет-торговли пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
4. Основные события, повлиявшие на показатели рынка.

Тема для индивидуального задания в форме сообщения "Аналитический обзор рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения".

Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

Форма контроля/оценочное средство: Тест

Вопросы/Задания:

1. Выполните тест

Используются тестовые задания из банка тестовых заданий по дисциплине.

Спецификация тестов, формируемых на основе банка тестовых заданий:

- Длина теста: 20 тестовых заданий

- Временные ограничения: ограничен во времени - 20 минут, среднее время выполнения одного задания: 60 секунд.

- Способ формирования тестовой последовательности: случайный выбор заданий из соответствующей темы банка тестовых заданий.

Полнотекстовые версии банка тестовых заданий размещены в рамках электронного учебно-методического комплекса: <http://edu.spcru.ru/course/view.php?id=3904>

Структура банка тестовых заданий по теме:

Тестовых заданий закрытой формы с выбором одного правильного ответа – 40 (номера в БТЗ - ОВ1-ОВ12, АИ1-АИ10, ЦЖ1-ЦЖ5, РС1-РС6, РФР1-РФР7)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором нескольких правильных ответов – 13 (номера в БТЗ – ОВ13-ОВ15, АИ11-АИ15, РФР10-РФР14)

Тестовых заданий закрытой формы с выбором «верно / неверно» - 16 (номера в БТЗ - ОВ18-

ОВ21, АИ16-АИ17, ЦЖ6-ЦЖ10, РС12-21)

Тестовых заданий закрытой формы на установление соответствия – 4 (номера в БТЗ – ОВ16-ОВ17, РФР8-РФР9)

Тестовых заданий открытой формы на установление последовательности – 3 (номера в БТЗ – ПЦ18-ПЦ20)

Тестовых заданий открытой формы с кратким ответом в виде числа – 5 (номера в БТЗ – РС7-РС11).

Тест считается зачтенным, если набрано не менее 60% верных ответов.

Форма контроля/оценочное средство: Контроль самостоятельной работы

Вопросы/Задания:

1. Выполните индивидуальное задание по теме.

Вопросы для индивидуального задания:

1. Дайте общую характеристику для выбранного сегмента рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения: объем и динамика рынка за последние 5 лет, историю возникновения товаров данной группы, тенденции и перспективы.
2. Изучите основных производителей данного сегмента рынка.
3. Проведите литературный обзор исследований выбранного сегмента рынка.

Задание оценивается в категориях "зачтено"-"не зачтено"

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации

очная форма обучения, Второй семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте портфолио в электронном виде

Для проведения промежуточной аттестации студент предоставляет преподавателю для проверки портфолио, оформленное в электронном виде. В рамках промежуточной аттестации оценка «зачтено» выставляется, если все элементы портфолио соответствуют требованиям к структуре, содержанию и оформлению.

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Титульный лист с указанием ФИО студента и номера группы.

2. Все индивидуальные задания:

- а) эссе,
- б) сообщения,
- в) презентацию доклада.

3. Результаты тестирований (доля верных ответов должна составлять не менее 60%):

Тест 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов функционального и специализированного назначения..

Тест 2. Характерные особенности и современные тенденции развития мирового и российского рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

4. Итоговая рефлексивная работа.

Рефлексивная работа представляет собой развернутый ответ (не более 300 слов) в виде эссе на следующие вопросы:

1. Назовите ключевые факторы развития российского рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.
2. Сформулируйте основные тенденции развития маркетинга в России в ближайшем будущем
3. Какие темы и вопросы маркетинга пищевых продуктов функционального и специализированного назначения Вам бы хотелось рассмотреть более подробно?

очная форма обучения, Второй семестр Третий семестр, Курсовая работа

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте курсовую работу, соответствующую требованиям к ее содержанию.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- литературный обзор выбранного сегмента рынка;
- аналитическое исследование рынка в соответствии с базовым методическим комплексом;
- заключение;
- список использованных информационных источников.

Основой для выполнения теоретической части курсовой работы должны служить научные публикации, отраслевые обзоры, статьи в деловых периодических изданиях, посвященные актуальным вопросам развития рынка функционального и специализированного назначения, теоретический материал, изложенный на лекциях и практических занятиях, ресурсы сети Интернет и прочие источники информации, находящиеся в открытом доступе. В процессе выполнения курсовой работы необходимо использовать не менее 10 информационных источников, из которых не менее пяти должны быть опубликованы в течение последних 5 лет. Курсовая работа должна быть выполнена на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы может быть написан от руки или набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов. Общий объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц печатного текста.

2. Представьте доклад с презентацией для защиты курсовой работы.

Для защиты курсовой работы необходимо представить устный доклад.

Требования к устному докладу: длительность не более 10 минут.

Требования к презентации: объем не более 12 слайдов. В презентации должны быть:

1 слайд: указаны ФИО студента и номер группы, тема работы.

2 слайд: цели и задачи работы.

3 слайд: краткая характеристика выбранного сегмента рынка.

4-10 слайд: основные результаты проведенного исследования в виде наглядных графиков, таблиц или диаграмм.

11 слайд: прогноз развития выбранного сегмента рынка.

12 слайд: выводы.

Слайды не должны быть перегружены текстовой информацией.

Вопросы к собеседованию по теме курсовой работы:

1. Почему был выбран данный сегмент рынка?

2. Какими источниками информации вы пользовались?

3. Какие индексы рассчитывали в ходе курсовой работы?

4. Каким образом оценивалась концентрация рынка?

5. По каким показателям или факторам определяли этап жизненного цикла?

6. Какие внешние факторы оказывают влияние на выбранный сегмент рынка?

7. Каким образом происходит государственное регулирование выбранного сегмента рынка?

3. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов

Курсовая работа является отдельным видом учебной работы. Максимальная сумма баллов по выполнению и защите курсовой работы составляет 1000 баллов и распределяется согласно таблице (см. рисунок).

Критерий	Количество баллов
Выполнение первой части курсовой работы по изучению выбранного сегмента рынка с использованием вторичных источников информации.	100
Правильность выполнения расчетов по базе данных объемов продаж	150
Правильность выполнения расчетов и интерпретации индексов концентрации рынка	100
Оценка стадии жизненного цикла и тенденций развития сегмента рынка	50
Стиль и грамотность изложения заключения и составления прогноза	50

*очная форма обучения, Второй семестр Третий семестр, Дифференцированный зачет
Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2*

Вопросы/Задания:

1. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов.

Перечень мероприятий с указанием максимального балла:

1. Посещение практических занятий - 200 баллов (25 баллов за занятие)
2. Посещение консультаций - 200 баллов (25 баллов за занятие)
3. Прохождение тестирований - 400 баллов (200 баллов за один тест)
5. Доклад и презентация - 200 баллов.

ИТОГО за семестр: 1000 баллов.

2. Представьте портфолио в электронном виде

Для проведения промежуточной аттестации студент предоставляет преподавателю для проверки портфолио, оформленное в электронном виде. В рамках промежуточной аттестации оценка «зачтено» выставляется, если все элементы портфолио соответствуют требованиям к структуре, содержанию и оформлению.

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Результаты тестирования

Студенту необходимо успешно справиться (дать не менее 60% правильных ответов) с тестами по двум разделам дисциплины:

1. Основы проведения аналитических исследований рынка.
2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

2. Доклад и презентация.

Студент должен представить презентацию, оформленную в соответствии с требованиями, к докладу по выбранной теме.

3. Выполненные индивидуальные задания.

очная форма обучения, Четвертый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте портфолио в электронном виде

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Титульный лист с указанием ФИО студента и номера группы.
2. Все индивидуальные задания (все расчетные задачи, презентацию доклада).
3. Результаты тестирований (доля верных ответов должна составлять не менее 60%):

1. Тест №1 «Принятие управленческих решений в сфере ценообразования на фармацевтическом рынке».

3. Тест №2 «Аналитические исследования на фармацевтическом рынке».

4. Итоговая рефлексивная работа.

Рефлексивная работа представляет собой развернутый ответ (не более 500 слов) в виде эссе на следующие вопросы:

1. Перечислите основные особенности ценового регулирования российского фармацевтического рынка.
2. Какие шаги, по вашему мнению, следует предпринять для совершенствования государственного регулирования ценообразования на лекарственные препараты?
3. Какие источники информации можно использовать при проведении аналитических исследований фармацевтического рынка России?

1. Представьте портфолио в электронном виде

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Титульный лист с указанием ФИО студента и номера группы.
2. Все индивидуальные задания (все расчетные задачи, презентацию доклада).
3. Результаты тестирований (доля верных ответов должна составлять не менее 60%):

1. Тест №1 «Основы ценообразования на фармацевтическом рынке».

2. Тест №2 «Принятие управленческих решений в сфере ценообразования на фармацевтическом рынке».

3. Тест №3 «Аналитические исследования на фармацевтическом рынке».

4. Итоговая рефлексивная работа.

Рефлексивная работа представляет собой развернутый ответ (не более 500 слов) в виде эссе на следующие вопросы:

1. Перечислите основные особенности ценового регулирования российского фармацевтического рынка.
2. Какие шаги, по вашему мнению, следует предпринять для совершенствования государственного регулирования ценообразования на лекарственные препараты?
3. Какие источники информации можно использовать при проведении аналитических исследований фармацевтического рынка России?

очная форма обучения, Четвертый семестр, Курсовая работа

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте курсовую работу, соответствующую требованиям к ее содержанию.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- литературный обзор выбранного сегмента рынка;
- аналитическое исследование рынка в соответствии с базовым методическим комплексом;
- заключение;
- список использованных информационных источников.

Основой для выполнения теоретической части курсовой работы должны служить научные публикации, отраслевые обзоры, статьи в деловых периодических изданиях, посвященные

актуальным вопросам развития фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли, теоретический материал, изложенный на лекциях и практических занятиях, ресурсы сети Интернет и прочие источники информации, находящиеся в открытом доступе. В процессе выполнения курсовой работы необходимо использовать не менее 10 информационных источников, из которых не менее пяти должны быть опубликованы в течение последних 5 лет. Курсовая работа должна быть выполнена на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы может быть написан от руки или набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов. Общий объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц печатного текста.

1. Представьте курсовую работу, соответствующую требованиям к ее содержанию.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- литературный обзор выбранного сегмента рынка;
- аналитическое исследование рынка в соответствии с базовым методическим комплексом;
- заключение;
- список использованных информационных источников.

Основой для выполнения теоретической части курсовой работы должны служить научные публикации, отраслевые обзоры, статьи в деловых периодических изданиях, посвященные актуальным вопросам развития фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли, теоретический материал, изложенный на лекциях и практических занятиях, ресурсы сети Интернет и прочие источники информации, находящиеся в открытом доступе. В процессе выполнения курсовой работы необходимо использовать не менее 10 информационных источников, из которых не менее пяти должны быть опубликованы в течение последних 5 лет. Курсовая работа должна быть выполнена на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы может быть написан от руки или набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов.

Общий объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц печатного текста.

2. Представьте доклад с презентацией для защиты курсовой работы.

Для защиты курсовой работы необходимо представить устный доклад.

Требования к устному докладу: длительность не более 10 минут.

Требования к презентации: объем не более 12 слайдов. В презентации должны быть:

1 слайд: указаны ФИО студента и номер группы, тема работы.

2 слайд: цели и задачи работы.

3 слайд: краткая характеристика выбранного сегмента рынка.

4-10 слайд: основные результаты проведенного исследования в виде наглядных графиков, таблиц или диаграмм.

11 слайд: прогноз развития выбранного сегмента рынка.

12 слайд: выводы.

Слайды не должны быть перегружены текстовой информацией.

Вопросы к собеседованию по теме курсовой работы:

1. Почему был выбран данный сегмент рынка?
2. Какими источниками информации вы пользовались?
3. Какие индексы рассчитывали в ходе курсовой работы?
4. Каким образом оценивалась концентрация рынка?
5. По каким показателям или факторам определяли этап жизненного цикла?
6. Какие внешние факторы оказывают влияние на выбранный сегмент рынка?
7. Каким образом происходит государственное регулирование выбранного сегмента рынка?
 2. Представьте доклад с презентацией для защиты курсовой работы.

Для защиты курсовой работы необходимо представить устный доклад.

Требования к устному докладу: длительность не более 10 минут.

Требования к презентации: объем не более 12 слайдов. В презентации должны быть:

1 слайд: указаны ФИО студента и номер группы, тема работы.

2 слайд: цели и задачи работы.

3 слайд: краткая характеристика выбранного сегмента рынка.

4-10 слайд: основные результаты проведенного исследования в виде наглядных графиков, таблиц или диаграмм.

11 слайд: прогноз развития выбранного сегмента рынка.

12 слайд: выводы.

Слайды не должны быть перегружены текстовой информацией.

Вопросы к собеседованию по теме курсовой работы:

1. Почему был выбран данный сегмент рынка?
2. Какими источниками информации вы пользовались?
3. Какие индексы рассчитывали в ходе курсовой работы?
4. Каким образом оценивалась концентрация рынка?
5. По каким показателям или факторам определяли этап жизненного цикла?
6. Какие внешние факторы оказывают влияние на выбранный сегмент рынка?
7. Каким образом происходит государственное регулирование выбранного сегмента рынка?
 3. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов

Курсовая работа является отдельным видом учебной работы. Максимальная сумма баллов по выполнению и защите курсовой работы составляет 1000 баллов и распределяется согласно таблице (см. рисунок).

Критерий	Количество баллов
Выполнение первой части курсовой работы по изучению выбранного сегмента фармацевтического рынка с использованием вторичных источников информации.	100
Правильно выполнения расчетов и интерпретации системы индексов по базе данных объемов продаж	150
Правильно выполнения расчетов и интерпретации индексов концентрации рынка	100
Оценка стадии жизненного цикла и тенденций развития сегмента рынка	50
Стиль и грамотность изложения заключения и составления прогноза	50
Степень разнообразия и актуальность использованных информационных источников	50
2. Качество оформления работы	100
3. Самостоятельность (оригинальность + цитирования)	Если 50%, то 60 баллов, за каждый последующий процент + 1 балл
4. Своевременность	Если в срок, то 100 баллов, затем за каждый день – 1 балл

3. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов

Курсовая работа является отдельным видом учебной работы. Максимальная сумма баллов по выполнению и защите курсовой работы составляет 1000 баллов и распределяется согласно таблице (см. рисунок).

Критерий	Количество баллов
Выполнение первой части курсовой работы по изучению выбранного сегмента фармацевтического рынка с использованием вторичных источников информации.	100
Правильно выполнения расчетов и интерпретации системы индексов по базе данных объемов продаж	150
Правильно выполнения расчетов и интерпретации индексов концентрации рынка	100
Оценка стадии жизненного цикла и тенденций развития сегмента рынка	50
Стиль и грамотность изложения заключения и составления прогноза	50
Степень разнообразия и актуальность использованных информационных источников	50
2. Качество оформления работы	100
3. Самостоятельность (оригинальность + цитирования)	Если 50%, то 60 баллов, за каждый последующий процент + 1 балл
4. Своевременность	Если в срок, то 100 баллов, затем за каждый день – 1 балл
5. Ответы на защите	200
ИТОГО:	1000

очная форма обучения, Четвертый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте портфолио в электронном виде

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Титульный лист с указанием ФИО студента и номера группы.
2. Все индивидуальные задания (все расчетные задачи, презентацию доклада).
3. Результаты тестирований (доля верных ответов должна составлять не менее 60%):

1. Тест №1 «Принятие управленческих решений в сфере ценообразования на фармацевтическом рынке».

3. Тест №2 «Аналитические исследования на фармацевтическом рынке».

4. Итоговая рефлексивная работа.

Рефлексивная работа представляет собой развернутый ответ (не более 500 слов) в виде эссе на следующие вопросы:

1. Перечислите основные особенности ценового регулирования российского фармацевтического рынка.
2. Какие шаги, по вашему мнению, следует предпринять для совершенствования государственного регулирования ценообразования на лекарственные препараты?
3. Какие источники информации можно использовать при проведении аналитических

исследований фармацевтического рынка России?

1. Представьте портфолио в электронном виде

Портфолио формируется в ходе изучения дисциплины. Портфолио, представляемое на промежуточную аттестацию, должно включать:

1. Титульный лист с указанием ФИО студента и номера группы.
2. Все индивидуальные задания (все расчетные задачи, презентацию доклада).
3. Результаты тестирований (доля верных ответов должна составлять не менее 60%):
 1. Тест №1 «Основы ценообразования на фармацевтическом рынке».
 2. Тест №2 «Принятие управленческих решений в сфере ценообразования на фармацевтическом рынке».
 3. Тест №3 «Аналитические исследования на фармацевтическом рынке».
4. Итоговая рефлексивная работа.

Рефлексивная работа представляет собой развернутый ответ (не более 500 слов) в виде эссе на следующие вопросы:

1. Перечислите основные особенности ценового регулирования российского фармацевтического рынка.
2. Какие шаги, по вашему мнению, следует предпринять для совершенствования государственного регулирования ценообразования на лекарственные препараты?
3. Какие источники информации можно использовать при проведении аналитических исследований фармацевтического рынка России?

очная форма обучения, Четвертый семестр, Курсовая работа

Контролируемые ИДК: ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-1.2 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Представьте курсовую работу, соответствующую требованиям к ее содержанию.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- литературный обзор выбранного сегмента рынка;
- аналитическое исследование рынка в соответствии с базовым методическим комплексом;
- заключение;
- список использованных информационных источников.

Основой для выполнения теоретической части курсовой работы должны служить научные публикации, отраслевые обзоры, статьи в деловых периодических изданиях, посвященные актуальным вопросам развития фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли, теоретический материал, изложенный на лекциях и практических занятиях, ресурсы сети Интернет и прочие источники информации, находящиеся в открытом доступе. В процессе выполнения курсовой работы необходимо использовать не менее 10 информационных источников, из которых не менее пяти должны быть опубликованы в течение последних 5 лет. Курсовая работа должна быть выполнена на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы может быть написан от руки или набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов.

Общий объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц печатного текста.

1. Представьте курсовую работу, соответствующую требованиям к ее содержанию.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;

- введение;
- литературный обзор выбранного сегмента рынка;
- аналитическое исследование рынка в соответствии с базовым методическим комплексом;
- заключение;
- список использованных информационных источников.

Основой для выполнения теоретической части курсовой работы должны служить научные публикации, отраслевые обзоры, статьи в деловых периодических изданиях, посвященные актуальным вопросам развития фармацевтического рынка и фармацевтической отрасли, теоретический материал, изложенный на лекциях и практических занятиях, ресурсы сети Интернет и прочие источники информации, находящиеся в открытом доступе. В процессе выполнения курсовой работы необходимо использовать не менее 10 информационных источников, из которых не менее пяти должны быть опубликованы в течение последних 5 лет. Курсовая работа должна быть выполнена на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ должен составлять 12,5 мм. Текст работы может быть написан от руки или набран на компьютере. При компьютерном наборе текста рекомендуется использовать редактор Microsoft Word версии 6.0 и выше, в котором необходимо установить следующие параметры печати: междустрочный интервал – одинарный, тип шрифта для основного текста – Times New Roman, стиль Normal, размер шрифта – 12, цвет шрифта – черный. Для выделения фрагментов текста, имеющих особую смысловую нагрузку, разрешается использование других типов шрифтов.

Общий объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц печатного текста.

2. Представьте доклад с презентацией для защиты курсовой работы.

Для защиты курсовой работы необходимо представить устный доклад.

Требования к устному докладу: длительность не более 10 минут.

Требования к презентации: объем не более 12 слайдов. В презентации должны быть:

1 слайд: указаны ФИО студента и номер группы, тема работы.

2 слайд: цели и задачи работы.

3 слайд: краткая характеристика выбранного сегмента рынка.

4-10 слайд: основные результаты проведенного исследования в виде наглядных графиков, таблиц или диаграмм.

11 слайд: прогноз развития выбранного сегмента рынка.

12 слайд: выводы.

Слайды не должны быть перегружены текстовой информацией.

Вопросы к собеседованию по теме курсовой работы:

1. Почему был выбран данный сегмент рынка?

2. Какими источниками информации вы пользовались?

3. Какие индексы рассчитывали в ходе курсовой работы?

4. Каким образом оценивалась концентрация рынка?

5. По каким показателям или факторам определяли этап жизненного цикла?

6. Какие внешние факторы оказывают влияние на выбранный сегмент рынка?

7. Каким образом происходит государственное регулирование выбранного сегмента рынка?

2. Представьте доклад с презентацией для защиты курсовой работы.

Для защиты курсовой работы необходимо представить устный доклад.

Требования к устному докладу: длительность не более 10 минут.

Требования к презентации: объем не более 12 слайдов. В презентации должны быть:

1 слайд: указаны ФИО студента и номер группы, тема работы.

2 слайд: цели и задачи работы.

3 слайд: краткая характеристика выбранного сегмента рынка.

4-10 слайд: основные результаты проведенного исследования в виде наглядных графиков, таблиц или диаграмм.

11 слайд: прогноз развития выбранного сегмента рынка.

12 слайд: выводы.

Слайды не должны быть перегружены текстовой информацией.

Вопросы к собеседованию по теме курсовой работы:

1. Почему был выбран данный сегмент рынка?
2. Какими источниками информации вы пользовались?
3. Какие индексы рассчитывали в ходе курсовой работы?
4. Каким образом оценивалась концентрация рынка?
5. По каким показателям или факторам определяли этап жизненного цикла?
6. Какие внешние факторы оказывают влияние на выбранный сегмент рынка?
7. Каким образом происходит государственное регулирование выбранного сегмента рынка?

3. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов

Курсовая работа является отдельным видом учебной работы. Максимальная сумма баллов по выполнению и защите курсовой работы составляет 1000 баллов и распределяется согласно таблице (см. рисунок).

Критерий	Количество баллов
Выполнение первой части курсовой работы по изучению выбранного сегмента фармацевтического рынка с использованием вторичных источников информации.	100
Правильно выполнения расчетов и интерпретации системы индексов по базе данных объемов продаж	150
Правильно выполнения расчетов и интерпретации индексов концентрации рынка	100
Оценка стадии жизненного цикла и тенденций развития сегмента рынка	50
Стиль и грамотность изложения заключения и составления прогноза	50
Степень разнообразия и актуальность использованных информационных источников	50
2. Качество оформления работы	100
3. Самостоятельность (оригинальность + цитирования)	Если 50%, то 60 баллов, за каждый последующий процент + 1 балл
4. Своевременность	Если в срок, то 100 баллов, затем за каждый день – 1 балл
5. Ответы на защите	200
ИТОГО:	1000

3. Балльно-рейтинговая система учета достижений студентов

Курсовая работа является отдельным видом учебной работы. Максимальная сумма баллов по выполнению и защите курсовой работы составляет 1000 баллов и распределяется согласно таблице (см. рисунок).

Критерий	Количество баллов
Выполнение первой части курсовой работы по изучению выбранного сегмента фармацевтического рынка с использованием вторичных источников информации.	100
Правильно выполнения расчетов и интерпретации системы индексов по базе данных объемов продаж	150
Правильно выполнения расчетов и интерпретации индексов концентрации рынка	100
Оценка стадии жизненного цикла и тенденций развития сегмента рынка	50
Стиль и грамотность изложения заключения и составления прогноза	50
Степень разнообразия и актуальность использованных информационных источников	50
2. Качество оформления работы	100
3. Самостоятельность (оригинальность + цитирования)	Если 50%, то 60 баллов, за каждый последующий процент + 1 балл
4. Своевременность	Если в срок, то 100 баллов, затем за каждый день – 1 балл
5. Ответы на защите	200
ИТОГО:	1000

