

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии и  
товароведения

Высоцкая Е.А.

«27» 06 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**Б1.В.13 Конкурентоспособность сельскохозяйственной**  
**продукции**

Направления подготовки 38.03.07 «Товароведение»  
Направленность (профиль) «Экспертиза и управление в сфере производства и обращения  
сельскохозяйственной продукции»

Квалификация выпускника – бакалавр

Факультет технологии и товароведения

Кафедра Товароведения и экспертизы товаров

Преподаватели, подготовившие рабочую программу:

Д.т.н., профессор Дерканосова Наталья Митрофановна

Старший преподаватель кафедры Маслова Галина Михайловна

Воронеж – 2023 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министра науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года №985 и зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г, регистрационный номер №59447.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров (протокол №11 от 19 июня 2023 года).

Заведующий кафедрой  \_\_\_\_\_ Дерканосова Н.М.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией факультета технологии и товароведения (протокол №10 от 20 июня 2023 г.)

Председатель методической комиссии  \_\_\_\_\_ Колобаева А.А.  
подпись

**Рецензент рабочей программы**

Вице-президент Союза «Торгово-промышленная палата Воронежской области»  
Далматов Виктор Сергеевич

## 1. Общая характеристика дисциплины

### 1.1. Цель дисциплины

Целью дисциплины является изучение данных, показывающих профессиональную значимость теоретических и практических умений в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг, формирование навыков в условиях, моделирующих профессиональную деятельность бакалавров.

### 1.2. Задачи дисциплины

К задачам дисциплины относятся:

- Критерии и факторы конкурентоспособности товаров и услуг
- Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

### 1.3. Предмет дисциплины

Предмет изучения дисциплины – вопросы формирования конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг на предприятиях оптовой и розничной торговли.

### 1.4. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина Б1.В.13 «Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции» относится к Блоку 1. Дисциплины, части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

### 1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Дисциплина Б1.В.13 «Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции» связана со следующими дисциплинами учебного плана:

- Б1.О.14 Химия;
- Б1.О.15 Физика;
- Б1.О.21 Товароведение однородных групп продовольственных товаров;
- Б1.О.23 Товароведение однородных групп непродовольственных товаров.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
Код	Содержание	Код	Содержание
ПК-3	Способен оценивать качество и готовить заключения о соответствии с\х продукции требованиям нормативных и технических документов и разрабатывать корректирующие мероприятия по управлению несоответствующей продукцией	38	Национальную и международную нормативную правовую и нормативную базу в области управления качеством с\х продукции
		39	Основные методы квалитетического анализа с\х продукции для выявления конкурентоспособной продукции
		310	Актуальные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции
		У8	Применять актуальную нормативную правовую и нормативную документацию по оценке качества и конкурентоспособности с\х продукции
		У9	Применять основные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции
		Н7	Определения конкурентоспособности с\х продукции по различным критериям

		<b>Н8</b>	Разработки предложений по повышению конкурентоспособности с/х продукции
--	--	-----------	---

### 3. Объём дисциплины и виды работ

#### 3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	8	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144	4 / 144
Общая контактная работа, ч	66,15	66,15
Общая самостоятельная работа, ч	77,85	77,85
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	66,00	66,00
лекции	28	28,00
практические - всего	38	38,00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	69,00	69,00
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,15	0,15
зачет	0,15	0,15
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85	8,85
подготовка к зачету	8,85	8,85
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

#### 3.2. Очно-заочная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	А	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144	4 / 144
Общая контактная работа, ч	52,15	52,15
Общая самостоятельная работа, ч	91,85	91,85
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	52,00	52,00
лекции	26	26,00
практические - всего	26	26,00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	83,00	83,00
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,15	0,15
зачет	0,15	0,15
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85	8,85
подготовка к зачету	8,85	8,85
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов

Раздел 1. Критерии и факторы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции

Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Понятие конкуренции, конкурентоспособности, критериев и факторов конкурентоспособности товаров и услуг. Конкурентоспособность товаров и услуг как мера качества жизни населения и прибыли организации. Роль оценки конкурентоспособности в предпринимательской деятельности. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

Тема 2. Критерии конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Социальная адресность как критерий: сущность; формирование как дискретной и интерактивной процессы; роль мерчендайзинга в обеспечении критерия. Уровень качества как критерий конкурентоспособности: выбор технических характеристик, определяющих конкурентные преимущества товаров; необходимость преобразования технических характеристик в потребительские показатели качества; дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества; характеристики стабильности уровня качества в объеме и во времени.

Потребительская новизна: характеристика товаров по степени новизны; роль потребительской новизны в обеспечении конкурентоспособности товаров. Стабильность новизны во времени и в объеме. Имидж: понятие и роль в обеспечении конкурентоспособности; имидж и торговые марки. Информативность: требования к объему и содержанию информации о конкурентных преимуществах; средства информации о конкурентных преимуществах; знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров. Безопасность: безопасность как ограничительный критерий и как критерий, подлежащий оценке, методы повышения гарантии безопасности. Подлинность: меры обеспечения, способы подтверждения. Цена потребления: понятие и структура цены потребления; проблема достижения адекватности цены качеству; комбинация изменения цен и качества как основа конкурентной стратегии.

Тема 3. Макроэкономические и микроэкономические факторы конкурентоспособности.

Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров: экономическая политика страны, состояние нормативно-технической базы, состояние финансовой системы, внешнеэкономическая стратегия страны, научно-технический потенциал страны, уровень развития информационных технологий, стоимость ресурсов, географическое, политическое и экономическое положение страны, производительность и интенсивность труда, издержки производства продукции в отраслях. «Правило ромба» М. Портера. Микроэкономические факторы.

Производственные факторы: оборудование и персонал; сырьевые ресурсы; инженерно-технические знания и опыт персонала. Критерии модели Премии Правительства РФ в области качества как производственные факторы. Рыночные факторы: типы рынка, емкость рынка (размер рынка, рыночная новизна, частота покупок товара); стабильность и перспективность рынка. Сбытовые факторы: увязка новой продукции с ассортиментом выпускаемой продукции; наличие разветвленной дилерской сети; рекламное обеспечение; формы расчета с поставщиком, транспортабельность товара; надежность поставки. Сервисные факторы: факторы, действующие на стадии предпродажного обслуживания; факторы, действующие на стадии послепродажного обслуживания. Взаимосвязь сбытовых и сервисных факторов как причин изменения качества товара, доступности товара, ассортимента товаров.

Тема 4. Роль технического регулирования в обеспечении конкурентоспособности.

Роль стандартизации: соответствие обязательным требованиям государственных стандартов, техническим регламентам, международным стандартам, как условие выхода на рынок и целесообразности оценки конкурентоспособности; соответствие зарубежным стандартам как фактор, определяющий уровень качества и возможность реализации на рынке. Роль сертификации и других форм обязательного подтверждения: обязательное подтверждение соответствия как условие выхода на рынок и целесообразность оценки конкурентоспособности; добровольная сертификация как фактор обеспечения конкурентоспособности; схема сертификации и имидж органа по сертификации как фактор конкурентоспособности. Роль систем качества в обеспечении стабильности уровня качества товаров.

Раздел 2. Оценка конкурентоспособности продовольственных сельскохозяйственной продукции

Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров. Этапы развития конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров. Характеристика методов исходя из источника и способа получения первичной информации (расчетный, экспериментальный, статистический и пр.). Характеристика методов исходя из номенклатуры критериев - прямые методы и косвенные методы. Характеристика методов исходя цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции; методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации. Характеристика методов исходя из формы представленных данных: графические методы, матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы.

Тема 6. Особенности оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Принципы оценки конкурентоспособности услуг. Характеристика критериев конкурентоспособности услуг. Оценка конкурентоспособности услуг розничной торговли.

Тема 7. Характеристика отдельных методов обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Выбор приоритетных критериев на основе анализа скорости старения критериев. Развертывание функции качества как метод определения приоритетных критериев. Функционально - стоимостной анализ. Программа «Шесть сигма» как методология обеспечения стабильности качества.

#### 4.2. Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

№ п/п	Раздел дисциплины	Контактная работа			СР
		Л	ПЗ	ЛР	
очная форма обучения					
1	Критерии и факторы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	14	20		30
2	Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	14	18		39
<b>Всего</b>		28	38		69
очно-заочная форма обучения					
1	Критерии и факторы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	12	13		40

2	Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	14	13		43
<b>Всего</b>		26	26		83

#### 4.3. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	очно-заочная
1	Анализ развития конкурентоспособности российского сельского хозяйства и возможность импортозамещения в условиях Всемирной торговой организации	Конкурентоспособность продовольственных товаров / методические указания для самостоятельной работы для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 23с.	10	16
2	Сегментация потребительского рынка	Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум [электронный ресурс]: Учебное пособие / Квасникова, Жучкевич - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 184 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=400300">http://znanium.com/go.php?id=400300</a> >. (с. 26-42)	10	12
3	Стратегия дифференциации продукции	Круглик В.М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) [электронный ресурс]: Учебное пособие / Круглик, Александров, Неделькин и др. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 285 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=405186">http://znanium.com/go.php?id=405186</a> >. (112-122)	10	12
4	Направления обеспечения конкурентоспособности торговой организации	Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум [электронный ресурс]: Учебное пособие / Квасникова, Жучкевич - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 184 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=400300">http://znanium.com/go.php?id=400300</a> >. (с. 141-145)	10	10
5	Ситуационные задачи по оценке конкурентоспособности потребительских сельскохозяйственной продукции	Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Товароведение и экспертиза товаров" / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев - М.: КолосС, 2006 - 191 с.	10	13

6	Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям : "Коммерция" (торговое дело), "Товароведение", "Маркетинг" / И.М. Лифиц - Москва: Юрайт, 2013 - 437 с (с. 346-379)	10	10
7	Обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям : "Коммерция" (торговое дело), "Товароведение", "Маркетинг" / И.М. Лифиц - Москва: Юрайт, 2013 - 437 с (с. 380-398)	9	10
Всего			<b>69</b>	<b>83</b>

## 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

### 5.1. Этапы формирования компетенций

Подраздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
<b>Критерии и факторы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции</b>		
Общая характеристика конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
Критерии конкурентоспособности товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
Макроэкономические и микроэкономические факторы конкурентоспособности	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
Роль технического регулирования в обеспечении конкурентоспособности	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7

		Н8
<b>Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции</b>		
Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
Особенности оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
Характеристика отдельных методов обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8

## 5.2. Шкалы и критерии оценивания достижения компетенций

### 5.2.1. Шкалы оценивания достижения компетенций

Виды оценок	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале (зачет)	не зачтено	зачтено

### 5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

#### Критерии оценки на экзамене

Не предусмотрен.

#### Критерии оценки при защите курсовой работы

Не предусмотрена.

#### Допуск к сдаче зачета

- 1.Посещение занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Активное участие в работе на занятиях.

#### Критерии оценки тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Хорошо, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%

Удовлетворительно, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

## Критерии оценки устного опроса

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент демонстрирует уверенное знание материала, четко выражает свою точку зрения по рассматриваемому вопросу, приводя соответствующие примеры
Зачтено, продвинутый	Студент демонстрирует уверенное знание материала, но допускает отдельные погрешности в ответе
Зачтено, пороговый	Студент демонстрирует существенные пробелы в знаниях материала, допускает ошибки в ответах
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент демонстрирует незнание материала, допускает грубые ошибки в ответах

## Критерии оценки решения задач

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент уверенно знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает ошибок при ее выполнении.
Зачтено, продвинутый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает грубых ошибок при ее выполнении.
Зачтено, пороговый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, допускает ошибок при ее выполнении, но способен исправить их при помощи преподавателя.
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент не знает методику и алгоритм решения задачи, допускает грубые ошибки при ее выполнении, не способен исправить их при помощи преподавателя.

**5.3. Материалы для оценки достижения компетенций****5.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации****5.3.1.1. Вопросы к экзамену**

Не предусмотрен.

**5.3.1.2. Задачи к экзамену**

Не предусмотрены

**5.3.1.3. Вопросы к зачету с оценкой**

Не предусмотрен.

**5.3.1.4. Вопросы к зачету**

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Понятие конкуренции, конкурентоспособности, критериев и факторов конкурентоспособности товаров и услуг.	ПК-3	38
2	Конкурентоспособность товаров и услуг как мера качества жизни населения и прибыли организации.	ПК-3	38
3	Роль оценки конкурентоспособности в предпринимательской деятельности.	ПК-3	39
4	Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности товаров и услуг.	ПК-3	39

5	Социальная адресность как критерий: сущность; формирование как дискретной и интерактивной процессы; роль мерчендайзинга в обеспечении критерия.	ПК-3	310
6	Уровень качества как критерий конкурентоспособности: выбор технических характеристик, определяющих конкурентные преимущества товаров; необходимость преобразования технических характеристик в потребительские показатели качества; дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества; характеристики стабильности уровня качества в объеме и во времени.	ПК-3	310
7	Потребительская новизна: характеристика товаров по степени новизны; роль потребительской новизны в обеспечении конкурентоспособности товаров. Стабильность новизны во времени и в объеме.	ПК-3	310
8	Имидж: понятие и роль в обеспечении конкурентоспособности; имидж и торговые марки.	ПК-3	310
9	Информативность: требования к объему и содержанию информации о конкурентных преимуществах; средства информации о конкурентных преимуществах; знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров.	ПК-3	310
10	Безопасность: безопасность как ограничительный критерий и как критерий, подлежащий оценке, методы повышения гарантии безопасности.	ПК-3	38
11	Подлинность: меры обеспечения, способы подтверждения.	ПК-3	38
12	Цена потребления: понятие и структура цены потребления; проблема достижения адекватности цены качеству.	ПК-3	310
13	Комбинация изменения цен и качества как основа конкурентной стратегии.	ПК-3	310
14	Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров: экономическая политика страны, состояние нормативно-технической базы, состояние финансовой системы, внешнеэкономическая стратегия страны, научно-технический потенциал страны, уровень развития информационных технологий, стоимость ресурсов, географическое, политическое и экономическое положение страны, производительность и интенсивность труда, издержки производства продукции в отраслях. «Правило ромба» М. Портера.	ПК-3	У9
15	Производственные факторы: оборудование и персонал; сырьевые ресурсы; инженерно-технические знания и опыт персонала. Критерии модели Премии Правительства РФ в области качества как производственные факторы.	ПК-3	У9
16	Рыночные факторы: типы рынка, емкость рынка (размер рынка, рыночная новизна, частота покупок товара); стабильность и перспективность рынка.	ПК-3	У9
17	Сбытовые факторы: увязка новой продукции с ассортиментом выпускаемой продукции; наличие разветвленной дилерской сети; рекламное обеспечение; формы расчета с поставщиком, транспортабельность товара; надежность поставки.	ПК-3	У9
18	Сервисные факторы: факторы, действующие на стадии предпродажного обслуживания; факторы, действующие на стадии послепродажного обслуживания.	ПК-3	У9

19	Взаимосвязь сбытовых и сервисных факторов как причин изменения качества товара, доступности товара, ассортимента товаров.	ПК-3	У9
20	Соответствие обязательным требованиям государственных стандартов, техническим регламентам, международным стандартам, как условие выхода на рынок и целесообразности оценки конкурентоспособности.	ПК-3	38
21	Соответствие зарубежным стандартам как фактор, определяющий уровень качества и возможность реализации на рынке.	ПК-3	38
22	Обязательное подтверждение соответствия как условие выхода на рынок и целесообразность оценки конкурентоспособности.	ПК-3	38
23	Добровольная сертификация как фактор обеспечения конкурентоспособности.	ПК-3	38
24	Схема сертификации и имидж органа по сертификации как фактор конкурентоспособности.	ПК-3	38
25	Роль систем качества в обеспечении стабильности уровня качества товаров.	ПК-3	Н7
26	Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров. Этапы развития конкурентоспособности товаров.	ПК-3	39
27	Общая схема оценки конкурентоспособности товаров. Краткая характеристика этапов оценки.	ПК-3	39
28	Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров.	ПК-3	39
29	Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из источника и способа получения первичной информации (расчетный, экспериментальный, статистический и пр.).	ПК-3	39
30	Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из номенклатуры критериев - прямые методы и косвенные методы.	ПК-3	39
31	Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции; методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации.	ПК-3	39
32	Характеристика методов оценки конкурентоспособности товаров исходя из формы представленных данных: графические методы, матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы.	ПК-3	39
33	Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Принципы оценки конкурентоспособности услуг.	ПК-3	38
34	Характеристика критериев конкурентоспособности услуг.	ПК-3	39
35	Этапы оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли.	ПК-3	Н7
36	Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг.	ПК-3	У8
37	Роль конкурсов в установлении конкурентоспособности товаров и услуг.	ПК-3	У8
38	Конкурсы в дореволюционной России. Конкурс - отбор поставщика продукции для государственных нужд России.	ПК-3	У8

39	Конкурс на соискание премии Правительства РФ в области качества.	ПК-3	У8
40	Пути решения проблемы продвижения отечественных товаров на внутренний и внешний рынки.	ПК-3	Н7
41	Программа - конкурс «100 лучших товаров России». Национальная программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)».	ПК-3	У8
42	Характеристика отдельных методов обеспечения товаров и услуг.	ПК-3	38
43	Выбор приоритетных критериев на основе анализа скорости старения критериев. Развертывание функции качества как метод определения приоритетных критериев.	ПК-3	Н7
44	Программа «Шесть сигма» как методология обеспечения стабильности качества	ПК-3	У8
45	Общая характеристика систем обеспечения конкурентоспособности.	ПК-3	Н7
46	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: бенчмаркинг.	ПК-3	Н8
47	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: процессный подход.	ПК-3	Н8
48	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: партнерские отношения.	ПК-3	Н8
49	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг: брэнд - стратегия.	ПК-3	Н8
50	Система конкурентоспособности как интегрированная система. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг.	ПК-3	39

### 5.3.1.5. Перечень тем курсовых проектов (работ)

Не предусмотрены

### 5.3.1.6. Вопросы к защите курсовой работы

Не предусмотрены

### 5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

#### 5.3.2.1. Вопросы тестов

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	1. <b>Конкуренция в переводе с латинского означает:</b> а) сталкивание б) соперничество в) борьба г) опережение	ПК-3	38
2	2. <b>Объектом оценки конкурентоспособности является:</b> а) товар б) потребительское свойство товара в) предприятие г) страна д) цена е) качество товара	ПК-3	38
3	3. <b>Уровень конкурентоспособности это:</b> а) относительная количественная характеристика способности	ПК-3	У8

	<p>продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов</p> <p>б) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию</p> <p>в) ярко выраженное проявление превосходство продукции над конкурентами</p>		
4	<p><b>4. Конкурентное преимущество это:</b></p> <p>а) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов</p> <p>б) ярко выраженное проявление превосходство продукции над конкурентами</p> <p>в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию</p> <p>г) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах</p>	ПК-3	310
5	<p><b>5. Интегральный показатель качества продукции это:</b></p> <p>а) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах</p> <p>б) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов</p> <p>в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию</p>	ПК-3	310
6	<p><b>6. Оценочный критерий конкурентоспособности это:</b></p> <p>а) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах</p> <p>б) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов</p> <p>в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию</p>	ПК-3	39
7	<p><b>7. К факторам конкурентоспособности относят:</b></p> <p>а) производственный</p> <p>б) сбытовой</p> <p>в) имидж товара</p> <p>г) подлинность товара</p> <p>д) потребительскую новизну</p>	ПК-3	38
8	<p><b>8. К критериям конкурентоспособности относят:</b></p> <p>а) производственный</p> <p>б) сбытовой</p>	ПК-3	310

	<p>в) имидж товара  г) подлинность товара  д) сбытовой  е) сервисный</p>		
9	<p><b>9. Обеспечение конкурентоспособности это:</b>  а) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя  б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности  в) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности</p>	ПК-3	310
10	<p><b>10. Методы обеспечения конкурентоспособности это:</b>  а) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности  б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности  в) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя</p>	ПК-3	39
11	<p><b>11. Формирование конкурентоспособности:</b>  а) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности  б) установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя  в) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности</p>	ПК-3	У8
12	<p><b>12. Какие из перечисленных критериев конкурентоспособности являются приоритетными:</b>  а) уровень качества  б) цена  в) имидж товара  г) потребительская новизна  д) социальная адресность</p>	ПК-3	310
13	<p><b>13. Уровень качества как критерий конкурентоспособности определяется как:</b>  а) относительная характеристика, основанная на сравнении показателей качества оцениваемой продукции  б) относительная характеристика, основанная на сравнении показателей качества оцениваемой продукции и аналога продукции-конкурента  в) совокупность свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности  г) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах  д) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по</p>	ПК-3	310

	сравнению с продукцией конкурентов		
14	<b>14. Показатель качества продукции это:</b> а) количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции составляющих ее качество б) количественная или качественная характеристика объекта, осуществляемая на этапе профессиональной и потребительской оценки в целях определения меры конкурентоспособности и заключения о конкурентных преимуществах в) относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов	ПК-3	38
15	<b>15. Показатели качества продукции по классификационному признаку «количество характеризующих свойств»:</b> а) абсолютные б) единичные в) комплексные г) относительные	ПК-3	38
16	<b>16. Показатели качества продукции по классификационному признаку «по форме представления»:</b> а) абсолютные б) единичные в) комплексные г) относительные	ПК-3	38
17	<b>17. Абсолютный показатель качества представляет собой:</b> а) фактическое значение показателя качества и выражается в натуральных и стоимостных единицах б) отношение абсолютных показателей соответственно оцениваемого образца и продукции аналога в) относительную количественную характеристику способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка г) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию	ПК-3	38
18	<b>18. Относительный показатель качества представляет собой:</b> а) относительную количественную характеристику способности продукции удовлетворять требования конкретного рынка б) фактическое значение показателя качества и выражается в натуральных и стоимостных единицах в) отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию г) отношение абсолютных показателей соответственно оцениваемого образца и продукции аналога	ПК-3	38
19	<b>19. Определите последовательность оценки уровня качества товара:</b> а) определение численных значений показателей качества товаров б) установление значимости показателя качества товара в) расчет комплексного обобщенного показателя качества товара г) установление номенклатуры показателей качества товара д) определение уровня качества оцениваемого товара	ПК-3	310
20	<b>20. Органолептический метод определения численных значе-</b>	ПК-3	39

	<p><b>ний показателей качества товара основан на использовании:</b></p> <p>а) органов чувств человека, которые служат приемниками информации</p> <p>б) информации, получаемой с использованием средств измерения</p> <p>в) информации, получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p> <p>г) информации, получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p>		
21	<p><b>21. Эмпирический метод определения численных значений показателей качества товара основан:</b></p> <p>а) на использовании информации, получаемой в результате опытной эксплуатации</p> <p>б) на использовании информации, получаемой с использованием средств измерения</p> <p>в) информации, получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p> <p>г) информации, получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p>	ПК-3	39
22	<p><b>22. Расчетный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:</b></p> <p>а) в результате опытной эксплуатации</p> <p>б) с использованием средств измерения</p> <p>в) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p> <p>г) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p>	ПК-3	39
23	<p><b>23. Регистрационный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:</b></p> <p>а) в результате опытной эксплуатации</p> <p>б) с использованием средств измерения</p> <p>в) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p> <p>г) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p>	ПК-3	39
24	<p><b>24. Измерительный метод определения численных значений показателей качества товара основан на использовании информации получаемой:</b></p> <p>а) путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p> <p>б) с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p> <p>в) в результате опытной эксплуатации</p> <p>г) с использованием средств измерения</p>	ПК-3	39
25	<p><b>25. Экспертный метод определения численных значений по-</b></p>	ПК-3	39

	<p><b>казателей качества товара:</b></p> <p>а) основан на использовании и обобщении мнений высококвалифицированных специалистов-экспертов</p> <p>б) основан на использовании информации получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p> <p>в) осуществляется путем сбора, анализа и обобщения мнений потребителей</p> <p>г) основан на использовании информации получаемой путем фиксации наличия и подсчета определенных событий, документов или затрат</p>		
26	<p><b>26. Социологический метод определения численных значений показателей качества товара:</b></p> <p>а) основан на использовании информации получаемой в результате опытной эксплуатации</p> <p>б) основан на использовании информации получаемой с помощью теоретических или эмпирических зависимостей потребительских показателей качества от технических характеристик</p> <p>в) осуществляется путем сбора, анализа и обобщения мнений потребителей</p> <p>г) основан на использовании и обобщении мнений высококвалифицированных специалистов-экспертов</p>	ПК-3	39
27	<p><b>27. Стабильность уровня качества товаров и услуг в объеме это:</b></p> <p>а) стабильность значений показателей качества и уровня производственного исполнения в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии</p> <p>б) стабильность значений показателей качества в период использования (эксплуатации)</p>	ПК-3	У8
28	<p><b>28. Стабильность уровня качества товаров и услуг во времени это:</b></p> <p>а) стабильность значений показателей качества и уровня производственного исполнения в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии</p> <p>б) стабильность значений показателей качества в период использования (эксплуатации)</p> <p>в) стабильность значений показателей качества в пределах выпускаемой партии и степень колебания значений от партии к партии и в период использования (эксплуатации)</p>	ПК-3	У8
29	<p><b>29. Обеспечение социальной адресности в магазинах определяется:</b></p> <p>а) квалификацией персонала</p> <p>б) разнообразием ассортимента</p> <p>в) техническими средствами</p> <p>г) качеством реализуемой продукции</p> <p>д) ценой на реализуемые товары</p>	ПК-3	У8
30	<p><b>30. Меры обеспечения подлинности как микрофакторы:</b></p> <p>а) организационно-правовые</p> <p>б) технические</p> <p>в) международные соглашения</p> <p>г) законодательные акты в рамках страны</p>	ПК-3	310

	д) технические приемы е) государственная (национальная) стандартизация		
31	<b>31. Меры обеспечения подлинности как макрофакторы:</b> а) законодательные акты в рамках страны б) технические приемы в) государственная (национальная) стандартизация г) организационно-правовые д) технические е) международные соглашения	ПК-3	310
32	<b>32. Непосредственные конкурентные преимущества это:</b> а) преимущества, связанные с теми или иными критериями конкурентоспособности или их совокупностью б) преимущества, связанные с критериями конкурентоспособности через ее факторы	ПК-3	У9
33	<b>33. Опосредованные конкурентные преимущества это:</b> а) преимущества, связанные с теми или иными критериями конкурентоспособности или их совокупностью б) преимущества, связанные с критериями конкурентоспособности через ее факторы	ПК-3	У9
34	<b>34. К непосредственным конкурентным преимуществам относятся:</b> а) повышенные показатели качества б) повышенная безопасность в) улучшенное сырье, технология, упаковка г) производство под авторским правом д) наличие в организации сертифицированной системы качества	ПК-3	У9
35	<b>35. К опосредованным конкурентным преимуществам относятся:</b> а) победа на конкурсе б) подтверждение подлинности в) улучшенное сырье, технология, упаковка г) горячая линия д) товарный знак торговой организации	ПК-3	У9
36	<b>36. К единовременным затратам потребителя по приобретению и эксплуатации продукции в течение срока ее службы относят:</b> а) затраты на покупку товара б) затраты на транспортирование в) затраты на постгарантийный ремонт г) затраты на комплектующие детали и материалы	ПК-3	У9
37	<b>37. К текущим затратам потребителя по приобретению и эксплуатации продукции в течение срока ее службы относят:</b> а) затраты на постгарантийный ремонт б) налоговые сборы в) затраты на сборку и наладку товара г) затраты на комплектующие детали и материалы	ПК-3	У9
38	<b>38. Назовите факторы конкурентоспособности по сфере действия:</b> а) макроэкономические б) микроэкономические в) основные	ПК-3	39

	г) развитые д) рыночные е) положительные		
39	<b>39. Назовите факторы конкурентоспособности в зависимости от происхождения:</b> а) основные (природные) б) развитые (искусственные) в) производственные г) положительные д) отрицательные	ПК-3	39
40	<b>40. Назовите факторы конкурентоспособности по признаку классификации «этапы обеспечения»:</b> а) макроэкономические б) микроэкономические в) производственные г) бытовые д) значительные е) малозначительные	ПК-3	39
41	<b>41. Назовите факторы конкурентоспособности по признаку классификации «интенсивность воздействия»:</b> а) малозначительные б) значительные в) очень значительные г) положительные д) отрицательные	ПК-3	39
42	<b>42. К основным факторам конкурентоспособности относят:</b> а) природные ресурсы б) географическое положение страны в) организация научных центров г) хорошо развитая инфраструктура обмена информацией	ПК-3	39
43	<b>43. К развитым факторам относят:</b> а) климатические условия б) географическое положение страны в) организация научных центров г) хорошо развитая инфраструктура обмена информацией	ПК-3	39
44	<b>44. К макроэкономическим факторам конкурентоспособности относят:</b> а) инвестиционный климат б) кадровое обеспечение в) сервисные г) бытовые д) рыночные	ПК-3	39
45	<b>45. К микроэкономическим факторам конкурентоспособности относят:</b> а) производственные б) научно-технический потенциал в) сервисные г) бытовые д) уровень развития информационных технологий	ПК-3	310
46	<b>46. К сервисным факторам конкурентоспособности, действующим на стадии предпродажного обслуживания, относятся:</b>	ПК-3	310

	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) условия приобретения товара</li> <li>б) форма оплаты товара</li> <li>в) упаковка, доставка и установка купленных товаров</li> <li>г) организация технического обслуживания</li> <li>д) организация гарантийного обслуживания</li> </ul>										
47	<p><b>47. К сервисным факторам конкурентоспособности, действующим на стадии послепродажного обслуживания, относятся:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) упаковка, доставка и установка купленных товаров</li> <li>б) подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей покупателя</li> <li>в) организация гарантийного обслуживания</li> <li>г) организация технического обслуживания</li> <li>д) демонстрация сложнотехнического товара в действии</li> </ul>	ПК-3	310								
48	<p><b>48. Определите влияние сбытовых и сервисных факторов на конкурентоспособность товаров и услуг</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">фактор конкурентоспособности</th> <th style="text-align: center;">объект влияния</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">рекламное обеспечение</td> <td style="text-align: center;">доступность товара</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">транспортабельность</td> <td style="text-align: center;">ассортимент товаров</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">увязка с ассортиментом выпускаемой продукции</td> <td style="text-align: center;">качество товара</td> </tr> </tbody> </table>	фактор конкурентоспособности	объект влияния	рекламное обеспечение	доступность товара	транспортабельность	ассортимент товаров	увязка с ассортиментом выпускаемой продукции	качество товара	ПК-3	Н7
фактор конкурентоспособности	объект влияния										
рекламное обеспечение	доступность товара										
транспортабельность	ассортимент товаров										
увязка с ассортиментом выпускаемой продукции	качество товара										
49	<p><b>49. Определите влияние сбытовых и сервисных факторов на конкурентоспособность товаров и услуг</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">фактор конкурентоспособности</th> <th style="text-align: center;">объект влияния</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">регулирование гарантийных сроков технического обслуживания</td> <td style="text-align: center;">доступность товара</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">техническое обслуживание</td> <td style="text-align: center;">доступность товара</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей потребителя</td> <td style="text-align: center;">качество товара</td> </tr> </tbody> </table>	фактор конкурентоспособности	объект влияния	регулирование гарантийных сроков технического обслуживания	доступность товара	техническое обслуживание	доступность товара	подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей потребителя	качество товара	ПК-3	Н7
фактор конкурентоспособности	объект влияния										
регулирование гарантийных сроков технического обслуживания	доступность товара										
техническое обслуживание	доступность товара										
подбор товаров исходя из индивидуальных особенностей потребителя	качество товара										
50	<p><b>50. Техническое законодательство это:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) свод федеральных законов, определяющих обязательные требования к продукции и процессам ее жизненного цикла</li> <li>б) совокупность специальных технических регламентов, которые устанавливают требования к отдельным видам продукции и процессам ее жизненного цикла</li> <li>в) совокупность общих и специальных технических регламентов, устанавливающих обязательные требования к безопасности продукции</li> <li>г) федеральные законы: «О техническом регулировании» и «О качестве и безопасности пищевых продуктов»</li> </ul>	ПК-3	38								
51	<p><b>51. Стандартизация это:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции</li> <li>б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту</li> <li>в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</li> <li>г) форма осуществляемого органом по сертификации подтвер-</li> </ul>	ПК-3	38								

	ждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора		
52	<p><b>52. Сертификация соответствия это:</b></p> <p>а) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)</p> <p>б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту</p> <p>в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p> <p>г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p>	ПК-3	38
53	<p><b>53. Декларирование соответствия это:</b></p> <p>а) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)</p> <p>б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту</p> <p>в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p> <p>г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p>	ПК-3	38
54	<p><b>54. Оценка соответствия это:</b></p> <p>а) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту</p> <p>б) форма подтверждения соответствия продукции требованиям технических регламентов (до вступления в действие технического регламента соответствие обязательным требованиям стандартов)</p> <p>в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p> <p>г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p>	ПК-3	38
55	<p><b>55. Подтверждение соответствия это:</b></p> <p>а) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции</p> <p>б) прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту</p> <p>в) документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов жизненного цикла продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора</p>	ПК-3	38

	г) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технического регламента, положениям стандартов или условиям договора		
56	<b>56. Техническое регулирование это правовое регулирование:</b> а) в области только технического законодательства б) в области стандартизации и оценки соответствия в) в области технического законодательства, стандартизации и оценке соответствия	ПК-3	38
57	<b>57. Определите последовательность укрупненной схемы оценки конкурентоспособности товаров:</b> а) сбор и анализ данных о конкурентах и производимых ими товарах б) изучение конъюнктуры рынка в) выбор номенклатуры показателей качества г) определение уровня качества, цены потребления товаров д) определение обобщенных критериев конкурентоспособности е) определение групповых критериев конкурентоспособности ж) определение единичных критериев конкурентоспособности з) факторный анализ	ПК-3	Н7
58	<b>58. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из номенклатуры критериев, которые используются при оценке:</b> а) прямые б) косвенные в) графические г) матричные д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров	ПК-3	Н8
59	<b>59. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из стадии жизненного цикла продукции:</b> а) прямые б) косвенные в) графические г) применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров	ПК-3	Н8
60	<b>60. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из формы представления данных:</b> а) прямые б) косвенные в) графические г) применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции д) применяемые на стадии реализации и эксплуатации товаров е) матричные	ПК-3	Н8
61	<b>61. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров исходя из используемого принципа оценки:</b> а) прямые б) косвенные в) графические г) органолептический д) регистрационный	ПК-3	Н8

	е) маркетинговый		
62	<b>62. Какой из принципов оценки конкурентоспособности товаров не характерен для принципов оценки конкурентоспособности услуг:</b> а) ориентация на определенный сегмент рынка б) ориентация на определенный тип рынка в) упреждение «двойного счета» г) соответствие требованиям технического законодательства	ПК-3	Н7
63	<b>63. Пример использования статистического метода оценки конкурентоспособности:</b> а) оценка конкурентоспособности по результатам продаж б) оценка конкурентоспособности по результатам определения доли товара на рынке в) реинжиниринг	ПК-3	У9
64	<b>64. Какой из принципов оценки конкурентоспособности не является универсальным для товаров услуг:</b> а) ориентация на определенный сегмент рынка б) ориентация на определенный тип рынка в) упреждение «двойного счета» г) соответствие требованиям технического законодательства	ПК-3	Н7
65	<b>65. Укажите критерии конкурентоспособности услуг:</b> а) информативность б) показатель процесса обслуживания в) показатель доступности г) имидж реализуемых товаров	ПК-3	У9
66	<b>66. Какой из критериев конкурентоспособности является наиболее важным в обеспечении качества услуг:</b> а) культура обслуживания б) качество реализуемых товаров в) доступность услуги г) цена реализуемых товаров	ПК-3	У9
67	<b>67. Критерий доступности услуги включает:</b> а) затраты денежных средств и времени б) мастерство обслуживания покупателей в) состояние материально-технической базы предприятия, оказывающего услуги г) наличие в продаже товаров с конкурентоспособной ценой	ПК-3	У9
68	<b>38. Определите порядок оценки конкурентоспособности услуг:</b> а) определение относительной стоимости товаров в сравниваемых магазинах б) расчет интегрального показателя качества услуги каждого магазина в) определение обобщенного показателя качества услуги торговли в сравниваемых магазинах	ПК-3	Н7
69	<b>69. К обязательным требованиям к качеству услуг розничной торговли относят:</b> а) безопасности б) охраны окружающей среды в) социального назначения г) эстетики	ПК-3	Н7

	д) технологичности		
70	<b>70. К рекомендуемым требованиям к качеству услуг розничной торговли относят:</b> а) этики б) охраны окружающей среды в) эргономики г) эстетики д) функциональной пригодности е) информативности	ПК-3	Н7
71	<b>71. Функции конкурсов товаров и услуг:</b> а) выявление и изучение передового опыта в области обеспечения конкурентоспособности продукции б) создание высокой репутации производителей конкурентоспособности продукции в) прямое или косвенное определение того, что соответствующие требования к продукции выполняются г) документальное удостоверение соответствия продукции требованиям технического регламентов, положениям стандартов или условиям договора	ПК-3	У8
72	<b>72. Программа «100 лучших товаров России» образована в:</b> а) 1998 году б) 2000 году в) 2002 году г) 2004 году	ПК-3	Н8
73	<b>73. Определите соответствие наименования организаторов программы конкурса «100 лучших товаров России» их логотипу.</b>	ПК-3	Н8
		Межрегиональная общественная организация "Академия проблем качества"	
		Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии	
		Редакционно-информационное агентство "Стандарты и качество"	
74	<b>74. «Академия проблем качества» это:</b> а) общественное научное объединение, активно содействующее консолидации научного потенциала ученых и специалистов в направлении ускорения социально-экономического развития страны путем обеспечения качества работы предприятий и организаций, их продукции, качества жизни общества б) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом в сфере технического регулирования и метрологии в) ежемесячный научно-технический и экономический журнал для руководителей предприятий, научно-исследовательских институтов и вузов, специалистов служб стандартизации и качества	ПК-3	Н8
75	<b>75. Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)» об-</b>	ПК-3	Н8

	<p><b>разована в:</b></p> <p>а) 1998 году б) 1999 году в) 2002 году г) 2004 году</p>														
76	<p><b>76. Определите соответствие знака соответствующему конкурсу или программе, проводимой в России.</b></p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»</td> <td></td> <td>Программа «Воронежское качество»</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Программа «100 лучших товаров России»</td> <td></td> <td>Национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка»</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»</td> <td></td> <td>Программа «Российское качество»</td> </tr> </table>		Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»		Программа «Воронежское качество»		Программа «100 лучших товаров России»		Национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка»		Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»		Программа «Российское качество»	ПК-3	Н8
	Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»		Программа «Воронежское качество»												
	Программа «100 лучших товаров России»		Национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка»												
	Программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)»		Программа «Российское качество»												
77	<p><b>77. Когда был проведен первый национальный конкурс марочных товаров - «Народная Марка»:</b></p> <p>а) 1998 году б) 1999 году в) 2002 году г) 2004 году</p>	ПК-3	Н8												
78	<p><b>78. Система обеспечения конкурентоспособности это:</b></p> <p>а) совокупность объектов и субъектов оценки конкурентоспособности, задействованных по определенным принципам в целях повышения конкурентоспособности б) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции в) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности г) совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности</p>	ПК-3	У8												
79	<p><b>79. Обеспечение конкурентоспособности продукции это:</b></p> <p>а) управление двумя слагаемыми: качеством и стоимостью, т.е. деятельность, направленная на достижение оптимальной пропорции качества и цены б) совокупность действий, направленных на предупреждение снижения заданного уровня конкурентоспособности в) деятельность по установлению правил и характеристик, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции</p>	ПК-3	У8												
80	<p><b>80. Технический аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:</b></p> <p>а) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потреби-</p>	ПК-3	У8												

	<p>тельских свойств в целях улучшения ее качества</p> <p>б) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации</p> <p>в) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок</p>								
81	<p><b>81. Экономический аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:</b></p> <p>а) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок</p> <p>б) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потребительских свойств в целях улучшения ее качества</p> <p>в) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации</p>	ПК-3	У8						
82	<p><b>82. Определите соответствие между блоками конкурентоспособности и силовыми точками компании.</b></p> <table border="1" data-bbox="308 913 1225 1249"> <tr> <td>маркетинг</td> <td>большой объем производства, обучение, зарплата, опыт и зрелость</td> </tr> <tr> <td>менеджмент</td> <td>дешевый кредит, долгосрочный кредит</td> </tr> <tr> <td>финансы</td> <td>знание рынка и потребителей, большой объем рекламы, широкая дистрибуция, база решений</td> </tr> </table>	маркетинг	большой объем производства, обучение, зарплата, опыт и зрелость	менеджмент	дешевый кредит, долгосрочный кредит	финансы	знание рынка и потребителей, большой объем рекламы, широкая дистрибуция, база решений	ПК-3	Н7
маркетинг	большой объем производства, обучение, зарплата, опыт и зрелость								
менеджмент	дешевый кредит, долгосрочный кредит								
финансы	знание рынка и потребителей, большой объем рекламы, широкая дистрибуция, база решений								
83	<p><b>83. Организационный аспект в проблеме построения СОК (система обеспечения конкурентоспособности) это:</b></p> <p>а) комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшения потребительских свойств в целях улучшения ее качества</p> <p>б) комплекс задач и методов их решения, направленный на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации</p> <p>в) комплекс задач и методов их решения, направленный на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок</p>	ПК-3	Н8						
84	<p><b>84. Прием по непрерывному отслеживанию и анализу информации о конкурентах:</b></p> <p>а) бенчмаркинг</p> <p>б) консалтинг</p> <p>в) бренд-стратегия</p> <p>г) конкурентная разведка</p> <p>д) брендинг</p>	ПК-3	Н8						
85	<p><b>85. Бренд-стратегия это:</b></p> <p>а) прием по непрерывному отслеживанию и анализу информации о брендах конкурентов</p> <p>б) прием создания долгосрочного покупательского предпочтения</p>	ПК-3	У8						

	к данному товарному знаку среди конкурирующих товаров в) раскрутка бренда путем проведения полноценной рекламной компании		
86	<b>86. Инструментами бенчмаркинга являются:</b> а) конкурентная стратегия б) промышленный шпионаж в) конкурентная разведка г) адаптивность д) приоритетность	ПК-3	Н7
87	Укажите на принципиальные различия в категориях «качество товара» и «конкурентоспособность товара»: 1. в объектах оценки 2. субъектах оценки 3. сфере проявления (стадии жизненного цикла продукции) 4. характеристиках, входящих в состав 5. целях оценки	ПК-3	38 39 310
88	Какое определение более точно раскрывает сущность понятия «конкурентоспособность товара»: 1. относительная количественная характеристика способности товара удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией конкурентов 2. характеристика товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретным общественным потребностям, так и по затратам на их удовлетворение в рассматриваемый период времени 3. способность основополагающих характеристик товаров в определенной степени удовлетворять запросы покупателя 4. мера потребительской привлекательности товара	ПК-3	38 39 310
89	Какие показатели качества требуют корректировки для обеспечения социального адреса сложнотехнических товаров: 1. надежность 2. эргономические свойства 3. эстетические показатели 4. безопасность 5. функциональные показатели	ПК-3	38 39 310
90	Какие из макрофакторов влияют исключительно на цену товара: 1. развитие конкурентной среды 2. кадровое обеспечение 3. состояние финансовой системы 4. издержки производства 5. техническое оснащение производства	ПК-3	38 39 310
91	Понятие «... товара» означает: мера преимущества одного изделия или модели над другими	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
92	Ключевыми факторами успеха отрасли являются четыре причины: научно-техническое превосходство; эффективная организация производства; эффективная сбытовая деятельность; умение быст-	ПК-3	38 39 310

	ро создавать и осваивать новую ...		У8 У9 Н7 Н8
93	В международных организациях по стандартизации идет постоянная борьба за лидерство, поскольку экономически развитые страны вполне справедливо видят в проекте конкретного международного стандарта соответствующий... стандарт	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8
94	Прорывная роль фирменного стандарта обусловлена оперативностью его разработки, так как принятие стандарта определяется не степенью готовности предприятий страны, отрасли, а степенью готовности работать по более жесткому стандарту непосредственно отдельной ...	ПК-3	38 39 310 У8 У9 Н7 Н8

### 5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

Не предусмотрены

### 5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК														
1	1. Рассчитайте конкурентоспособность мяса птицы разных товаропроизводителей, используя методику Пономаревой В.Г.	ПК-3	Н7														
2	Эластичность спроса по цене на мороженое «Забава» равна 1,2. Определите прибыль (убытки) от снижения цены на 35 коп., если до снижения цены объем реализации составлял 400 тыс.шт. по цене 3,5 рубля за штуку, а общие затраты были равны 0,6 млн.руб. (в том числе постоянные – 0,2 млн.руб.) на весь объем производства.	ПК-3	Н8														
3	Определите цену двух новых холодильников, выпускаемых фирмой «Бирюса» на основе ценностной значимости параметров продукции, данных группой покупателей при условии, что аналогичные холодильники стоят 4900 рублей. Для расчета средневзвешенной параметрической оценки каждого товара распределите 100 баллов между двумя товарами.	ПК-3	Н8														
4	<p>Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С, Д), продающие аналогичный кофе по качественным показателям по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка (таблица). Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой из фирм, и в итоге конкурентоспособность фирм. Сделайте выводы.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Название фирм</th> <th colspan="4">Показатели</th> </tr> <tr> <th>Расходы на рекламу, млн.руб.</th> <th>Доля голоса, %</th> <th>Доля рынка, %</th> <th>Коэффициент эффективности рекламы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А</td> <td>1,7</td> <td>21,5</td> <td>8,4</td> <td>0,39</td> </tr> </tbody> </table>	Название фирм	Показатели				Расходы на рекламу, млн.руб.	Доля голоса, %	Доля рынка, %	Коэффициент эффективности рекламы	А	1,7	21,5	8,4	0,39	ПК-3	Н7
Название фирм	Показатели																
	Расходы на рекламу, млн.руб.	Доля голоса, %	Доля рынка, %	Коэффициент эффективности рекламы													
А	1,7	21,5	8,4	0,39													

	В	2,4	30,4	48,6	1,59		
	С	0,6	7,6	7,4	0,97		
	Д	3,2	40,5	35,6	0,88		
	Итого	7,9	100,0	100,0			

**5.3.2.4. Перечень тем рефератов, контрольных, расчетно-графических работ**

Не предусмотрены.

**5.3.2.5. Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы**

Не предусмотрены.

**5.4. Система оценивания достижения компетенций****5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации**

<b>ПК-3. Способен оценивать качество и готовить заключения о соответствии с\х продукции требованиям нормативных и технических документов и разрабатывать корректирующие мероприятия по управлению несоответствующей продукцией</b>					
Индикаторы достижения компетенции			Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету	вопросы по курсовому проекту (работе)
<b>38</b>	Национальную и международную нормативную правовую и нормативную базу в области управления качеством с\х продукции			1, 2, 10, 11, 20, 21, 22, 23, 24, 33, 42	
<b>39</b>	Основные методы квалиметрического анализа с\х продукции для выявления конкурентоспособной продукции			3, 4, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 50	
<b>310</b>	Актуальные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции			5, 6, 7, 8, 9, 12, 13	
<b>У8</b>	Применять актуальную нормативную правовую и нормативную документацию по оценке качества и конкурентоспособности с\х продукции			36, 37, 38, 39, 41, 44	
<b>У9</b>	Применять основные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции			14, 15, 16, 17, 18, 19	
<b>Н7</b>	Определения конкурентоспособности с\х продукции по различным критериям			25, 35, 40, 43, 45	
<b>Н8</b>	Разработки предложений по повышению конкурентоспособности с\х продукции			46, 47, 48, 49	

**5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля**

<b>ПК-3. Способен оценивать качество и готовить заключения о соответствии с\х продукции требованиям нормативных и технических документов и разрабатывать корректирующие мероприятия по управлению несоответствующей продукцией</b>	
Индикаторы достижения компетенции	Номера вопросов и задач

Код	Содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
38	Национальную и международную нормативную правовую и нормативную базу в области управления качеством с\х продукции	1, 2, 7, 14, 15, 16, 17, 18, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 87-94		
39	Основные методы квалитетического анализа с\х продукции для выявления конкурентоспособной продукции	6, 10, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 87-94		
310	Актуальные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции	4, 5, 8, 9, 12, 13, 19, 30, 31, 45, 46, 47, 87-94		
У8	Применять актуальную нормативную правовую и нормативную документацию по оценке качества и конкурентоспособности с\х продукции	3, 11, 27, 28, 29, 71, 78, 79, 80, 81, 85, 91-94		
У9	Применять основные методы оценки конкурентоспособности с\х продукции	32, 33, 34, 35, 36, 37, 63, 65, 66, 67, 91-94		
Н7	Определения конкурентоспособности с\х продукции по различным критериям	48, 49, 57, 62, 64, 68, 69, 70, 82, 86, 91-94		1, 4
Н8	Разработки предложений по повышению конкурентоспособности с\х продукции	58, 59, 60, 61, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 83, 84, 91-94		2, 3

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Рекомендуемая литература

№	Библиографическое описание	Тип издания	Вид учебной литературы
1	Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум [электронный ресурс]: Учебное пособие / В.В. Квасникова, Жучкевич - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 184 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	Учебное	Основная

	<URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=400300">http://znanium.com/go.php?id=400300</a> >.		
2	Круглик В.М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) [электронный ресурс]: Учебное пособие / В.М. Круглик, Александров, Неделькин и др. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013 - 285 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=405186">http://znanium.com/go.php?id=405186</a> >.	Учебное	Основная
3	Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям : "Коммерция" (торговое дело), "Товароведение", "Маркетинг" / И.М. Лифиц - Москва: Юрайт, 2013 - 437 с	Учебное	Основная
4	Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Товароведение и экспертиза товаров" / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев - М.: КолосС, 2006 - 191 с.	Учебное	Дополнительная
5	Конкурентоспособность продовольственных товаров / методические указания для самостоятельной работы для обучающихся по направлению 38.03.07 «Товароведение» / Маслова Г.М., Дерканосова Н.М., Каширина Н.А., Воронеж, ВГАУ, 2019 г, 23с.	Методическое	
6	Масложировая промышленность: научно-технический и производственный журнал - Москва: Б.и., 1999-	Периодическое	
7	Молочная промышленность: научно-технический и производственный журнал - Москва: Б.и., 1968-	Периодическое	
8	Мясная индустрия: ежемесячный производственный научно-технический журнал - Москва: Б.и., 1996-	Периодическое	
9	Мясные технологии: специализированный журнал / Учредитель : ЗАО "Отраслевые ведомости" - Москва: Print ru, 2006-	Периодическое	
10	Наука и жизнь: научно-популярный журнал: 12+ / учредитель : Всес. об-во по распространению полит. и науч. знаний - Москва: Б.и., 1935-	Периодическое	
11	Патенты и лицензии: ежемесячный теоретический и практический журнал - Москва: Б.и., 1993-	Периодическое	
12	Переработка молока: Специализированный журнал / учредитель : ЗАО "Отраслевые ведомости" - Москва: Отраслевые ведомости, 2008-	Периодическое	
13	Пиво и напитки: Научно-теоретический и производственный журнал - Москва: Б.и., 2003-	Периодическое	
14	Пищевая промышленность: Ежемесячный теоретический и научно-практический журнал - Москва: Пищевая промышленность, 1994-	Периодическое	
15	Сырделие и маслоделие: научно-технический и производственный журнал / Гл. ред. Т. А. Кузнецова - Москва: Б.и., 2008-	Периодическое	
16	Тара и упаковка: Иллюстрированный журнал для производителей и потребителей упаковочных материалов, машин и изделий / учредитель : Объединенная редакция журналов "Тара и упаковка" и "Логистика" - Москва: Колос, 1994-	Периодическое	
17	Хлебопродукты: Ежемесячный научно-технический и производственный журнал: [16+] - Москва: Б.и., 1994-	Периодическое	

## 6.2. Ресурсы сети Интернет

### 6.2.1. Электронные библиотечные системы

№	Название	Размещение
1	Лань	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
2	ZNANIUM.COM	<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3	ЮРАЙТ	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>
4	IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
5	E-library	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>
6	Электронная библиотека ВГАУ	<a href="http://library.vsau.ru/">http://library.vsau.ru/</a>

### 6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Справочная правовая система Гарант	<a href="http://ivo.garant.ru">http://ivo.garant.ru</a>
2	Справочная правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
3	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	<a href="https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks">https://техэксперт.сайт/sistema-kodeks</a>
4	Аграрная российская информационная система	<a href="http://www.aris.ru/">http://www.aris.ru/</a>
5	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	<a href="http://agris.fao.org/">http://agris.fao.org/</a>

### 6.2.3. Сайты и информационные порталы

#### Агроресурсы

Стандартинформ. Группа 65 «СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО». – <http://www.gostinfo.ru/>

#### Зарубежные агроресурсы

1. AGRICOLA: — Национальная сельскохозяйственная библиотека США (National Agricultural Library) создает самую значительную в мире аграрную библиотеку AGRICOLA. В этой БД свыше 4 млн. записей с рефератами, отражающими мировой информационный поток. — <http://agricola.nal.usda.gov/>
2. AGRIS : International Information System for the Agricultural Sciences and Technology : Международная информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям. – <http://agris.fao.org/>
3. Agriculture and Farming : agricultural research, farm news, pest management policies, and more : Официальные информационные сервисы Правительства США по сельскому хозяйству. – <http://www.usa.gov/Citizen/Topics/Environment-Agriculture/Agriculture.shtml>
4. CAB Abstracts создает сельскохозяйственное бюро британского Содружества (Agricultural Bureau of the British Commonwealth — CAB International). CAB International проводит экспертизу научной значимости журналов, издаваемых в разных странах, приобретает 11 тыс. журналов, признанных лучшими, и реферировать статьи из них. В БД около 5 млн. записей с 1973 г. на английском языке. — <http://www.cabdirect.org/>
5. Food Science and Technology Abstracts (FSTA): Международный информационный центр по проблемам продовольствия (International Food Information System) . В БД отражены и реферированы около 1 млн. публикаций, имеющих отношение к производству и безопасности продуктов питания. — <http://www.fstadirect.com/>
6. PubMed Central (PMC) : Электронный архив полнотекстовых журналов по биологии и медицине. – <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/>
7. ScienceResearch.com: Поисковый портал. — <http://www.scienceresearch.com/scienceresearch/about.html>

## 7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

### 7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

**7.1.1. Для контактной работы**

№ уч. corp.	№ ауд.	Статус аудитории	Перечень оборудования
1		Учебная аудитория для проведения учебных занятий	комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server
1	250	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Лаборатория: комплект учебной мебели, лабораторное оборудование: рефрактометр, приборы для определения влажности, pH-метры, сахариметр, фотоколориметр, белизнамер, центрифуга, весы, шкафы вытяжные, сушильный шкаф, приборы Журавлева, комплекс Эксперт-006, прибор ИДК, набор стеклянной посуды и реактивов, учебно-наглядные пособия: комплекты нормативно-правовой и нормативной документации
1	40	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Лаборатория: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, лабораторное оборудование: стерилизатор, воздушные термостаты; сушильный шкаф; микроскопы, весы, лабораторная посуда, реактивы.
1	168	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, интерактивная доска, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server

**7.1.2. Для самостоятельной работы**

№ уч. corp.	№ ауд.	Название аудитории	Перечень оборудования
1	232а, 115, 116, 119 (с16 до 20)	Помещения для самостоятельной работы	комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер /

			Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server
--	--	--	---

## 7.2. Программное обеспечение

### 7.2.1. Программное обеспечение общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows /Linux /Ред ОС	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений MS Office / OpenOffice/LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Microsoft Edge	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

### 7.2.2. Специализированное программное обеспечение

№	Название	Размещение
1	Система трехмерного моделирования Kompas 3D	ПК в локальной сети ВГАУ

## 8. Междисциплинарные связи

Дисциплина, с которой необходимо согласование	Кафедра, на которой преподается дисциплина	ФИО заведующего кафедрой
Б1.О.19 Теоретические основы товароведения и экспертизы	Товароведения и экспертизы товаров	Дерканосова Н.М.
Б1.О.21 Товароведение однородных групп продовольственных товаров	Товароведения и экспертизы товаров	Дерканосова Н.М.

