

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 03.06.2025 04:57:01
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Производственного менеджмента и маркетинга

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.02

"Маркетинг вторичных ресурсов"

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг"

Квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

очно-заочная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2023

Донецк
2023

Составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

_____ Т.А. Попова

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ Р.П. Лизогуб

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Маркетинг вторичных ресурсов" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль "Маркетинг", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2027

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 24.04.2023 № 9.1

Заведующий кафедрой:

канд.экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование у обучающихся основных компетенций будущего высококвалифицированного специалиста, владеющего теоретическими знаниями и практическими навыками по организации, планированию, реализации и контролю маркетинговой деятельности в условиях рационального хозяйствования и сокращения дефицита материальных и энергетических ресурсов.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- раскрыть сущность теоретических основ маркетинга вторичных ресурсов и определить основные термины, категории и принципы;
- проанализировать историю становления маркетингового подхода к рациональному природопользованию;
- дать представление о составляющих маркетингового комплекса, принципы организации маркетинга на предприятии;
- раскрыть особенности комплексного исследования рынка в системе маркетинга вторичных ресурсов;
- рассмотреть особенности маркетинговой товарной политики вторичных ресурсов;
- определить сущность и механизмы маркетинговой политики ценообразования вторичных ресурсов;
- ознакомить с системой и структурой каналов распределения продукции;
- раскрыть сущность элементов маркетинговой политики коммуникаций в маркетинге вторичных ресурсов.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.ДВ.02

1.3.1. Дисциплина "Маркетинг вторичных ресурсов" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Концепции современного маркетинга

Маркетинг

Маркетинговые исследования

1.3.2. Дисциплина "Маркетинг вторичных ресурсов" выступает опорой для следующих элементов:

Международный маркетинг

Маркетинговое ценообразование

Маркетинг промышленных предприятий

Маркетинговая товарная политика

Стратегический маркетинг

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-9.7: Применяет маркетинговые технологии, учитывающие особенности их применения в маркетинге вторичных ресурсов

Знать:

Уровень 1 понятия, особенности и методы маркетинга вторичных ресурсов

Уровень 2 особенности рынка вторичных ресурсов и сбора маркетинговой информации на нем

Уровень 3 маркетинговые стратегии на рынке ВМР

Уметь:

Уровень 1 применять маркетинговые инструменты и методы при работе с ВМР

Уровень 2 учитывать особенности рынка ВМР при проведении маркетинговых исследований

Уровень 3 разрабатывать и организовывать внедрение маркетинговых стратегий на рынке ВМР

Владеть:

Уровень 1 методами маркетинга ВМР

Уровень 2 проводить анализ рынка ВМР, исследовать особенности ценообразования на ВМР

Уровень 3 разрабатывать маркетинговые стратегии с учетом особенностей рынка ВМР

В результате освоения дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" обучающийся

3.1 Знать:

основные закономерности организации возвратных потоков, методы структурирования управленческих решений в сфере управления вторичными ресурсами

3.2 Уметь:

	применять на практике методы структурирования управленческих решений в сфере управления вторичными ресурсами
3.3	Владеть:
	навыками принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в сфере управления вторичными ресурсами
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Маркетинг вторичных ресурсов" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. ЭКОЛОГО-СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ						
Тема 1.1. Социально-этический маркетинг /Лек/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4 Э3	0	
Тема 1.1. Социально-этический маркетинг /Сем зан/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Э3	0	
Тема 1.1. Социально-этический маркетинг /Ср/	4	4	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э3	0	
Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар /Лек/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар /Сем зан/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	

Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар /Ср/	4	4	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов /Лек/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов /Сем зан/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов /Ср/	4	6	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Раздел 2. УТИЛИЗАЦИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ						
Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов /Лек/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э2	0	
Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов /Сем зан/	4	4	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э2	0	
Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов /Ср/	4	6	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э2	0	
Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов /Лек/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов /Сем зан/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов /Ср/	4	6	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов /Лек/	4	1	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	

Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов /Сем зан/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов /Ср/	4	8	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	0	
Раздел 3. ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ						
Тема 3.1. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов /Лек/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э3	0	
Тема 3.1. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов /Сем зан/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э3	0	
Тема 3.1. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов /Ср/	4	9	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э3	0	
Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов /Лек/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов /Сем зан/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов /Ср/	4	8	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 Э2	0	
Раздел 4. Консультации						
Консультации /Конс/	4	2	ПК-9.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" используются следующие

образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	А. В. Меркулова, О. В. Ярёмченко	Маркетинг : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Логистика», «Маркетинг», «Менеджмент в производственной сфере») очной / заочной форм обучения (52 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
Л1.2	В. С. Шишкова, В. Ю. Лунина	Маркетинг: методические рекомендации по выполнению курсовой работы для студентов 2 курса ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (27 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2016
Л1.3	Ассэль Г.	Маркетинг: принципы и стратегия : Учебник (804 с.)	М. : ИНФРА-М, 1999
Л1.4	Котлер, Филип	Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер (224 с.)	СПб : Издательский Дом "Нева", 2003

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Кафедра маркетинга и логистики	Маркетинговые и логистические проблемы развития региона : материалы IV Респ. студен. науч. - практ. конф. (Донецк, 16 марта 2021 г.) (112 с.)	ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
Л2.2	И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова	Международный менеджмент и маркетинг : конспект лекций для студентов 1 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы : «Менеджмент организации», «Стратегическое управление», «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент», «Корпоративное управление и стратегическое развитие бизнеса») очной / заочной форм обучения (218 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2018

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Котлер Филип	Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль (896 с.)	СПб : Питер, 1999
Л2.4	Котлер Ф.	Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок (272 с.)	М. : АСТ, 2000

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Рынок вторичных ресурсов	https://www.waste.ru/modules/section/item.php?itemid=170&ysclid=lhjfdxlhvh669425964
Э2	Экобыт	https://musoreco.ru/utilizaciya/problemy-pererabotki-vtorichnogo-syrya.html?ysclid=lhjffodkh102014074
Э3	Социально-этический маркетинг	https://moluch.ru/archive/396/87451/?ysclid=lhjfh2fys365174877

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

В ходе освоения дисциплины обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Информационные технологии: электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь, виртуальная обучающая среда - Moodle.

Программное обеспечение: Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Word

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>
 Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>
 Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>
 Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
 Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №406, учебный корпус № 2; лекционная аудитория №111, учебный корпус № 2 – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44, 40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №208 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Учебная аудитория для проведения индивидуальных консультаций по написанию курсовых работ: №208 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.4. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами

подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), Inkscape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. В чем состоит актуальность изучения проблемы «человек-окружающая среда»
2. Этапы изменения природы человеком
3. Что такое природные ресурсы?
4. Признаки классификации природных ресурсов
5. В чем состоит значимость использования ВМР?
6. Назовите основные направления комплексной программы природопользования
7. Что такое норма накопления отходов?
8. Назовите требования к предприятию и потребителю на основе социально-этического маркетинга
9. В чем состоит отличие экологического маркетинга от традиционного?
10. Что такое маркетинг вторичных ресурсов?
11. В чем заключается главная цель МВР и его функции?
12. Назовите критерии оценки деятельности предприятия на принципах маркетинга вторичных ресурсов
13. Что такое отходы?
14. Чем отличается вторичное сырье от вторичных отходов?
15. Что представляет собой номенклатура вторичного сырья?
16. Назовите основные номенклатурные группы отходов
17. Назовите источники образования отходов производства
18. Что представляет собой классификация лома металлов?
19. Назовите источники образования отходов потребления
20. Что представляют собой нормы накопления ТБО?
21. От чего зависят объемы накопления ТБО и их морфологический состав?
22. Назовите отходы металлургического производства и направления их использования
23. Где находят применение золы и шлаки ТЭС?
24. Где находят применение отходы машиностроения и строительной отрасли?
25. Назовите пути использования резины
26. Каковы направления использования полимерных материалов?
27. Назовите направления использования отработанных нефтепродуктов
28. В каких отраслях промышленности в качестве ценного сырья находят применение отходы древесины и макулатуры?
29. Назовите пути использования стеклобоя
30. Где находят применение отходы агропромышленного производства?
31. Какие компоненты входят в состав ТБО?
32. Почему бытовые и промышленные отходы называют «грязным золотом»?
33. Что такое отраслевой норматив сбора вторичного сырья?
34. Что такое норматив использования вторичного сырья?
35. В чем смысл коэффициента замены первичного сырья вторичным?
36. Какова цель паспортизации отходов?
37. Каковы цель и порядок формирования сводов вторичных отходов?
38. На основании каких данных определяются ресурсы вторичного сырья?
39. Для чего разрабатываются материальные балансы вторичного сырья?
40. Как формируется номенклатура балансов вторичного сырья?
41. Что такое коэффициент степени заменяемости и коэффициент уровня заменяемости? Какое между ними различие?
42. Что такое исполнительные балансы вторичного сырья? Как они составляются и по какой номенклатуре?
43. Какие функции выполняет цена на продукты из вторичного сырья?
44. Каким требованиям должны отвечать цены на ВМР?
45. Какой показатель необходимо учитывать при установлении цены на конкретный вид ВМР?
46. Как осуществляется учет ВМР?
47. Какие показатели включают в систему экономического стимулирования безотходных производств?
48. Как происходит стимулирование использования отходов производства и потребления ?

49. Каким образом можно стимулировать рост спроса на вторичное сырье?
50. Дайте определение маркетинга вторичных материальных ресурсов
51. Как происходит сбыт вторичных материальных ресурсов?
52. Дайте качественную характеристику спроса на ВМР
53. Что необходимо для маркетинговой поддержки логистики ВМР?
54. Назовите типы побудительных мотивов потребления продукции из ВМР
55. Какие стратегии маркетинга вторичных ресурсов вы знаете?
56. Какие мероприятия включает в себя деятельность по реализации маркетинга ВМР?
57. Какова цель составления целевых комплексных программ по использованию ВМР?
58. Что такое «технопарк»?
59. Что является критерием экономической эффективности?
60. С какой целью производят расчет абсолютной экономической эффективности?
61. Как определяется сравнительная эффективность?
62. С помощью каких производственных показателей можно измерить интенсивность деятельности предприятия по вовлечению в процесс производства ВМР?
63. С какой целью определяют показатели материалоемкости продукции?
64. Назовите дополнительные показатели эффективности мероприятий по комплексному использованию отходов.
65. В чем особенности социально-этического маркетинга
66. Назовите принципы социально-этического маркетинга
67. Назовите особенности маркетинга ВМР
68. Маркетинговые исследования рынка ВМР: методы и особенности

5.2. Темы письменных работ

1. Человек и окружающая среда.
2. Классификация природных ресурсов.
3. Классификация полезных ископаемых.
4. Схема процесса переработки и потерь природных ресурсов.
5. Роль вторичных ресурсов.
6. Использование первичного и вторичного сырья.
7. Основные понятия природопользования
8. Комплексная программа природопользования
9. Накопление и сбор отходов
10. Социально-этический маркетинг
11. Экологический маркетинг и маркетинг вторичных ресурсов
12. Номенклатура вторичных ресурсов
13. Классификация вторичных материальных ресурсов по источникам образования
14. Источники образования и основные виды промышленных отходов
15. Источники образования и основные виды отходов потребления
16. Токсичные отходы
17. Использование металлолома
18. Вторичное сырье металлургического комплекса
19. Вторичные ресурсы из отходов топливно-энергетического комплекса
20. Отходы машиностроительного комплекса
21. Утилизация отходов строительства
22. Вторичное использование резины
23. Вторичные изделия из пластмасс
24. Восстановление и утилизация нефтесодержащих отходов
25. Изделия из отходов древесины
26. Использование макулатуры
27. Использование стеклобоя
28. Отходы агропромышленного производства
29. Твердые бытовые отходы
30. Определение источников и объемов образования и использования вторичных отходов
31. Система учета ресурсов вторичного сырья
32. Информация для принятия маркетинговых решений
33. Методические подходы к системе ценообразования при использовании вторичных материальных ресурсов
34. Стимулирование использования отходов и установление уровня цены
35. Маркетинг в системе использования ВМР
36. Маркетинговые стратегии использования вторичных материальных ресурсов

37. Целевые комплексные программы использования отходов
38. Организационная структура технопарков
39. Критерии оценки эффективности в системе экономических показателей
40. Эффективность использования отходов материального производства

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг вторичных ресурсов" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые

обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ»**

**Факультет производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра маркетинга и логистики**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Маркетинг вторичных ресурсов»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная /очно-заочная

Донецк
2023

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг вторичных ресурсов»
для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата
направления подготовки 38.03.02. Менеджмент профиль «Маркетинг» очной
/очно-заочной форм обучения

Автор(ы),

разработчик(и):

доцент, канд. экон. наук, доцент, Т.А. Попова

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании

кафедры

маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от

24.04.2023

№

9.1

дата

Заведующий кафедрой

(подпись)

Т.А. Попова

(инициалы, фамилия)

РАЗДЕЛ 1.

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг вторичных ресурсов»**

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1

Характеристика дисциплины (сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриат	
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент	
Профиль	«Маркетинг»	
Количество разделов учебной дисциплины	3	
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений, дисциплина по выбору	
Формы контроля	Текущий контроль (входной контроль, устный опрос, практические задания, доклад, реферат, контроль знаний по разделу, индивидуальное задание)	
Показатели	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	3
Семестр	4	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	108	108
Аудиторная работа:	56	30
Лекционные занятия	18	12
Семинарские занятия	36	16
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	25	51
Контроль	27	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	<i>Экзамен</i>	<i>Экзамен</i>

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

<i>ПК-9.7: Применяет маркетинговые технологии, учитывая особенности их применения в маркетинге вторичных ресурсов</i>	
Знать:	
ПК-9.7 З 1	понятия, особенности и методы маркетинга вторичных ресурсов
ПК-9.7 З 2	особенности рынка вторичных ресурсов и сбора маркетинговой информации на нем
ПК-9.7 З 3	маркетинговые стратегии на рынке ВМР
Уметь:	
ПК-9.7 У 1	применять маркетинговые инструменты и методы при работе с ВМР
ПК-9.7 У 2	учитывать особенности рынка ВМР при проведении маркетинговых исследований
ПК-9.7 У 3	разрабатывать и организовывать внедрение маркетинговых стратегий на рынке ВМР
Владеть:	
ПК-9.7 В 1	методами маркетинга ВМР
ПК-9.7 В 2	проводить анализ рынка ВМР, исследовать особенности ценообразования на ВМР

ПК-9.7 В 3	разрабатывать маркетинговые стратегии с учетом особенностей рынка ВМР
-------------------	---

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Эколого-социальные основы маркетинга вторичных материальных ресурсов				
1	Тема 1.1 Социально-этический маркетинг	4	ПК-9.7	Входной контроль, устный опрос, практические задания, доклад
2	Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад
3	Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад, контроль знаний по разделу
Раздел 2. Утилизация и использование вторичных ресурсов				
4	Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад
5	Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад
6	Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад, контроль знаний по разделу
Раздел 3. Оценка использования вторичных ресурсов				
7	Тема 3.1. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов	4	ПК-9.7	устный опрос, практические задания, доклад, индивидуальное задание
8	Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования	4	ПК-9.7	устный опрос, практические

	ОТХОДОВ			задания, доклад, контроль знаний по разделу
--	---------	--	--	---

РАЗДЕЛ 3. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг вторичных ресурсов»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания								
		ПЗ / СЗ			Всего за раздел	КЗР	Р (СР)	ИЗ*	НИР
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	СЗ*					
Р.1.Т.1.1	1	3	2		13	10	10	10	10
Р.1.Т.1.2	1	3							
Р.1.Т.1.3	1	3							
Р.2.Т.2.1	1	3		2	14	10			
Р.2.Т.2.2	1	3				10			
Р.2.Т.2.3	1	3							
Р.3.Т.3.1	1	3			13	10			
Р.3.Т.3.2	1	3							
		3							
Итого: 100б	8	18	2	2	40	30	10	10	10

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

* другие с виды используемых заданий, предложенных в приложении 1

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

НИР - научно-исследовательская работа

Научно-педагогический работник, ответственный за проведение всех видов занятий по конкретной дисциплине (модулю), сам распределяет баллы по видам работы исходя из 100-балльной системы.

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

использование дополнительного материала (обязательное условие);

рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

Раздел 1. Эколого-социальные основы маркетинга вторичных ресурсов

Тема 1.1. Социально-этический маркетинг

1. Дайте определение социально-этическому маркетингу
2. Цели социально-этического маркетинга
3. Особенности внедрения социально-этического маркетинга
4. Примеры применения социально-этического маркетинга
5. Объясните, почему в современном бизнесе уделяется особое внимание применению концепции социально-этического маркетинга

Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар

1. Что такое вторичные ресурсы?
2. В чем заключается значимость использования ВМР?
3. Что такое норма накопления отходов?
4. В чем особенность ВМР как товара.
5. По какой причине вторичные ресурсы являются важной частью продвижения товаров предприятия?
6. В чем особенность маркетинга ВР?
7. Что представляет собой номенклатура вторичного сырья?
8. Назовите основные номенклатурные группы отходов.

Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов

1. Что такое «отходы»?
2. Назовите понятия и определения вторичного сырья
3. Чем отличается вторичное сырье от вторичных ресурсов?
4. Что представляет собой номенклатура вторичного сырья?
5. Назовите основные особенности анализа рынка вторичных ресурсов.

Раздел 2. Утилизация и использование вторичных ресурсов

Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов

1. Назовите отходы металлургического производства и направления их использования.
2. Где находят применение золы и шлаки ТЭС?
3. Где находят применение отходы машиностроения и строительной отрасли?
4. Назовите пути использования резины.
5. Каковы направления использования полимерных материалов?
6. каких отраслях промышленности в качестве ценного сырья находят применение отходы древесины и макулатуры?
7. Назовите пути использования стеклобоя.
8. Где находят применение отходы агропромышленного производства?
9. Какие компоненты входят в состав ТБО?
10. Назовите виды использования ТБО?

Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов

1. Какая информация необходима для решения поставленных задач?
2. Где и когда можно получить необходимую информацию?
3. В каком виде и объеме можно получить информацию?
4. Насколько полученная информация ценна для решения поставленных задач?
5. Каковы финансовые и временные затраты на получение информации?

Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов

1. Какие функции выполняет цена на продукты из вторичного сырья?
2. Каким требованиям должны отвечать цены на ВМР?
3. Какой показатель необходимо учитывать при установлении цены на конкретный вид ВМР?
4. Как осуществляется учет ВМР?
5. Какие показатели включают в систему экономического стимулирования безотходных производств?

Раздел 3. Эффективность реверсивной логистики

Тема 3.2. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов

1. Что такое маркетинговая стратегия?
2. Виды маркетинговых стратегий?
3. Примеры стратегий маркетинга на рынке вторичных ресурсов
4. Структура и элементы стратегии на рынке вторичных ресурсов
5. Уровни маркетинговых стратегий
6. Этапы разработки маркетинговой стратегии
7. Возможные ошибки разработки и применения маркетинговых стратегий на рынке вторичных ресурсов

Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов

1. Что является критерием экономической эффективности?
2. С какой целью производят расчет абсолютной экономической эффективности?
3. Как определяется сравнительная эффективность?
4. С какой целью определяют показатели материалоемкости продукции?
5. В каком случае производят расчеты экономии приведенных затрат?

2.2 Рекомендации по оцениванию входного контроля знаний

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- а. Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации
- б. Фирм-производителей товаров потребительского назначения
- + в. Покупателей, приобретающих товары для личного пользования

2. Ремаркетинг связан с:

- + а. Снижающимся спросом
- б. Возрастающим спросом
- в. Чрезмерным спросом

3. Основоположник маркетинга:

- а. Альфред Ньюман
- б. Клейтон Кристенсен
- + в. Филип Котлер

4. К каналам личной коммуникации можно отнести:

- + а. общение одного лица с аудиторией
- б. прямую почтовую рекламу
- в. рекламу по телевидению
- г. печатную рекламу

5. Прямой маркетинг - это:

- а. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- б. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- + в. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- г. благожелательное представление товара в СМИ

6. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

- а. товары импульсной покупки
- б. товары особого спроса
- + в. товары постоянного спроса
- г. товары предварительного выбора
- д. товары пассивного спроса

7. Затраты фирмы на рекламу составляют:

- а. 1 % от суммы продаж
- б. 2-10 % от суммы продаж
- в. 20 % от суммы продаж
- + г. зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы

8. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:

- а. потребность в любви
- б. потребность в безопасности
- + в. физиологические потребности
- г. потребность в саморазвитии

9. Что является главным в определении маркетинг:

- а. сбыт товара
- б. снижение издержек производства
- + в. удовлетворение потребностей потребителей
- г. установление цены товара

10. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

- а. ее платности
- б. ее личном характере
- в. ее общественном характере
- + г. она не оплачивается

11. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:

- + а. пяти элементов
- б. шести элементов
- в. девяти элементов
- г. трех элементов

12. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

- а. географическому
- + б. демографическому
- в. поведенческому
- г. психографическому

13. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

- а. реклама
- б. стимулирование сбыта
- + в. обратная связь
- г. все перечисленные

14. Метод сбора первичной информации это:

- а. эксперимент
- б. работа с научной литературой
- в. работа со статистическими данными
- + г. работа с документацией предприятия

15. Участие в международных выставках позволяет:

- а. снизить издержки производства
- + б. привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы - создать свой имидж, заключать контракты
- в. стимулировать деловых партнеров
- г. определить эффективность рекламы

16. Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:

- а. постоянного спроса
- б. колебания спроса на услуги
- в. колебания предложения услуг
- + г. равновесия между спросом и предложением на услуги

17. Атрибутом позиционирования является:

- + а. количество сотрудников на предприятия
- б. цена
- в. мощность предприятия
- г. широта ассортимента выпускаемой продукции

18. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:

- + а. реклама
- б. пропаганда
- в. стимулирование сбыта
- г. личная продажа

19. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

- + а. человек удовлетворяет ее
- б. она достигает максимального уровня
- в. в процессе ее удовлетворения
- г. с момента ее появления

20. Стратегия диверсификации это:

- а. проникновение на новые рынки со старым товаром
- б. проникновение на новые рынки с новым товаром
- + в. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

2.3. Рекомендации по оцениванию результатов решения практических заданий

Количество баллов за решение практического задания по каждой из тем представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Раздел 2. Утилизация и использование вторичных ресурсов

Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов

Задание 1. Рассчитать общую массу стеклобоя от ламп накаливания, образующуюся в течение года, если на предприятии для освещения используют 25 штук ламп накаливания, каждая массой 90 грамм, замена которых осуществляется в среднем 2 раза в год.

Задание 2. Рассчитать общую массу стеклобоя, образующегося при замене стекол в цехах и помещениях предприятия, если ежегодно используется по 3 листа оконного стекла размером 70 см х 70 см толщиной 0,3 см, а удельный вес стекла равен 10 г/см³.

Задание 3. Произвести расчет образования стружки черных металлов, образующейся при работе станков в слесарной мастерской, согласно нормативам, если на обработку в год поступает 2,4 т черного металла.

Задание 4. Для обслуживания станков на предприятии в год используется 70 кг сухой ветоши, рассчитать, сколько за этот период образуется промасленной ветоши, если содержание масла в ней составляет 5%.

Задание 5. Рассчитать количество твердых отходов (шламы, хвосты, пыль, нефтешлам, лом абразивный, отработанное масло, стружка черных металлов и др.), образующихся на предприятии по переработке титанового сырья мощностью 2 млн. т в год и оценить их воздействие на окружающую среду.

Тема 2.3. Ценообразование в использовании вторичных материальных ресурсов

Задание 1. Рассчитать количество твердых отходов (красные шламы, хвосты, пыль и др.), образующихся на глиноземном заводе мощностью 500 тыс. т в год и оценить их воздействие на окружающую среду.

Задание 2. Рассчитать плату за размещение 0,039 т твердых бытовых отходов с учетом инфляционного коэффициента, если предприятие находится в Центральном экономическом районе, а норматив платы за размещение 1 т нетоксичных отходов равен 2,5.

Задание 3. Рассчитать количество бытовых отходов за год, образующихся в результате жизнедеятельности 29 работников предприятия, если известен норматив образования бытовых отходов на человека в год, а плотность бытовых отходов данного вида составляет 0,22 т/м³.

Задание 4. Рассчитать размер платы за пользование земельными ресурсами, если под объект отведено 4,5 га земель, а ставка земельного налога без учета повышающего коэффициента для данного района установлена в размере 22,5 руб./га.

Задание 5. Рассчитать плату за выбросы загрязняющих веществ, образующихся в результате работы подогревателя нефти, используя табличные данные и учитывая, что коэффициент экологической ситуации для данного района равен 2,8, а коэффициент индексации платы – 120.

Задание 6. Магазин закупает товар в упаковках по 2 у.е. за одну упаковку. Спрос на товар составляет 500 упаковок в год. Величина спроса равномерно распределяется в течение года. Доставка одного заказа равна 10 у.е., время доставки составляет 12 рабочих дней.

Предполагается, что в году 300 рабочих дней. Среднегодовая стоимость хранения одной упаковки оценивается в 20% от ее закупочной цены. Поставщик предоставляет следующие скидки на закупочные цены:

Следует ли администрации магазина воспользоваться одной из скидок?

Размер заказа, упаковок	Скидка, %	Цена за упаковку, у.е	Стоимость хранения
0-199	0	2	
200-499	10	1,8	
500 и более	20	1,6	

2.4. Рекомендации по оцениванию рефератов (докладов).

Количество баллов за написание реферата, доклада по каждой из тем представлено в таблице 2.1.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Эколого-социальные основы маркетинга вторичных ресурсов

Тема 1.1. Социально-этический маркетинг

1. Логистический подход в социально-этическом маркетинге.
2. Востребованность социально-этического маркетинга в современной рыночной экономике
3. Маркетинг взаимодействия
4. Концепция социально-этического маркетинга

Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар

1. Классификация вторичных материальных ресурсов.
2. Маркетинг и экология.
3. Современный опыт продаж вторичных ресурсов.

Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов

1. Особенности рынка вторичных материальных ресурсов.
2. Эволюция направлений в решении проблемы роста отходов.
3. Вторичное сырье металлургического комплекса.
4. Опыт отечественных и зарубежных предприятий в сфере использования промышленных отходов.
5. Факторы, влияющие на эффективность управления системой обращения с отходами потребления.

6. Документы, содержащие основные понятия и определения сферы обращения с отходами потребления.
7. Опыт отечественных и зарубежных предприятий в сфере использования отходов потребления.

Раздел 2. Утилизация и использование вторичных ресурсов

Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов

1. Сбор и повторная обработка металлолома.
2. Переработка отходов угледобычи.
3. Переработка отходов углеобогащения.
4. Переработка золошлаковых отходов.
5. Использование отходов машиностроительного комплекса.
6. Использование отходов черных и цветных металлов.
7. Пути вторичного использования резины.
8. Основные направления и особенности использования отходов древесины.
9. Переработка макулатуры.
10. Основные направления использования стеклобоя.
11. Использование стеклобоя, отечественный и зарубежный опыт.
12. Применение отходов агропромышленного производства.
13. Особенности переработки твердых бытовых отходов.
14. Переработка твердых бытовых отходов, отечественный и зарубежный опыт.

Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов

1. Особенности изучения рынка вторичных ресурсов
2. Анализ рынка вторичных ресурсов
3. Виды и особенности маркетинговой информации

Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов

1. Способы эффективного использования ВМР.
2. Методические подходы к системе ценообразования ВМР.
3. Стимулирование использования отходов.
4. Установление уровня цены для отходов.
5. Роль ВМР.
6. Ценность ВМР.
7. Цена, спрос и предложение для ВМР.

Раздел 3. Оценка использования вторичных ресурсов

Тема 3.1. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов

1. Продуктовая стратегия
2. Ценовая стратегия
3. Сбытовая стратегия
4. Рекламная стратегия

Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов

1. Расчет экономической эффективности использования ВМР.
2. Критерии оценки эффективности и система экономических показателей.
3. Экономическая оценка и эффективность использования ВМР.
4. Экономическая оценка и эффективность использования отходов химической промышленности.
5. Экономическая оценка и эффективность использования промышленных отходов.

6. Экономическая оценка и эффективность использования нефтесодержащих отходов.
7. Экономическая оценка и эффективность использования строительных отходов.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний

Количество баллов за контроль знаний по разделам представлено в таблице 2.1.

Задания к контролю знаний разделу 1

Вариант 1

1. Особенности социально-этического маркетинга
2. Вторичные ресурсы это –
3. Особенности рынка вторичных ресурсов

Вариант 2

1. Инструменты социально-этического маркетинга
2. Виды вторичных ресурсов
3. Особенности анализа рынка вторичных ресурсов

Задания к контролю знаний по разделу 2

Вариант 1

Вопросы открытого типа

- 1.Использование металлолома
- 2.Использование отходов древесины
- 3.Переработка твердых бытовых отходов

Тестовые задания

1. Легкий бетон на древесных заполнителях, применяемый в промышленном, гражданском и сельскохозяйственном строительстве в виде панелей, блоков, плит перекрытий и покрытий, теплоизоляционных и звукоизоляционных плит это?
 - а. арболит;
 - б. фибролит;
 - в. ксилолит;
 - г. королит.
2. Материал, состоящий из древесных опилок и каустического магнезита это?
 - а. арболит;
 - б. фибролит;
 - в. ксилолит;
 - г. королит.
3. Материалы, содержащие в своем составе, кроме опилок, песок или другие минеральные заполнители и в качестве вяжущего – цемент это?
 - а. королит;
 - б. ксилолит;
 - в. опилкобетоны;
 - г. фибролит.
4. Бутылки, банки, флаконы, аптекарская и другая стеклянная посуда, бой промышленного и строительного стекла это?
 - а. арболит;
 - б. стеклобой;
 - в. ксилолит;

г. фибролит.

5. Волокнистые отходы, образующиеся при переработке бумаги и картона в типографиях, а также использованные бытовые и производственно-технические изделия из бумаги и картона это?

- а. опилкобетоны;
- б. королит;
- в. ксилолит;
- г. макулатура.

Вариант 2

Вопросы открытого типа

1. Вторичное сырье металлургического комплекса

2. Переработка макулатуры

3. Методические подходы к системе ценообразования вторичных материальных ресурсов

Тестовые задания

1. По потребительскому назначению стекlobой подразделяют на:

- а. бесцветный стекlobой;
- б. бутылочное стекло;
- в. окрашенный стекlobой;
- г. строительное стекло;
- д. не строительное стекло;
- е. стеклотарное стекло.

2. Способ (-ы) использования отходов стекла, который (-е) полностью утилизирует (-ют) отходы с получением прибыли это:

- а. получение из стекlobой сырья для изготовления сортового стекла, стеклотары и т.д.;
- б. изготовление различных по качеству и способу применения материалов, в композицию которых входит стекlobой;
- в. термическая переработка отходов стекла совместно с муниципальными или промышленными отходами.

3. Передовые технологии способны превратить этот вид отходов из бедствия для природы во благо для нее. О каком виде отходов идет речь?

- а. ТБО;
- б. отходы древесины;
- в. отходы агропромышленного производства;
- г. строительные отходы.

4. Твердые и жидкие отходы, не утилизируемые в быту, образующиеся в результате жизнедеятельности людей и амортизации предметного быта это?

- а. ТБО;
- б. отходы древесины;
- в. отходы агропромышленного производства;
- г. строительные отходы.

5. Укажите виды использования твердых бытовых отходов?

- а. захоронение;
- б. складирование;
- в. сжигание;
- г. сливание;
- д. повторная переработка;

е. компостирование.

Задания к контролю знаний по разделу 3

Практика применения маркетинга вторичных ресурсов, отечественный и зарубежный опыт. Провести сравнительный анализ. Подготовить презентацию.

2.6. Рекомендации по оцениванию индивидуального задания

Количество баллов представлено в таблице 2.1.

Темы для выполнения индивидуального задания

1. Эффективные стратегии защиты рынков от нежелательных товаров.
2. Политика возвратов без ущерба потребителей.
3. Металлургия: эффективность рециклинга и переработки отходов.
4. «Резиновый рециклинг» - эффективность применения современных технологий.
5. Эффективность реверсии в химической отрасли.
6. Эффективная утилизация изношенных шин.
7. Эффективность рециклинга и утилизации текстильных отходов.
8. Эффективность рециклинга пластиковых отходов.
9. Эффективные технологии добычи и переработки руд серебра, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
10. Опыт внедрения компостирования.
11. Эффективные технологии получения бетона, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
12. Эффективные технологии получения цемента, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
13. Эффективные технологии добычи сырья для производства алюминия, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
14. Эффективные технологии добычи железных руд открытым способом, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
15. Эффективные технологии добычи россыпного золота, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
16. Эффективные технологии добычи свинца, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
17. Эффективные технологии добычи руд асбеста, образующиеся при этом отходы и их утилизация.
18. Эффективные технологии добычи гранита и получения из него строительных материалов, образующиеся при этом отходы и их утилизация.

2.7. Рекомендации по оцениванию научно-исследовательских работ

Количество баллов представлено в таблице 2.1.

Примерные направления научных работ

1. Региональные особенности применения маркетинга вторичных ресурсов
2. Законодательная база РФ в сфере вторичных ресурсов
3. Использование принципов социально-этического маркетинга в РФ
4. Анализ применения принципов социально-этического маркетинга на предприятии
5. Государственная поддержка предприятий по утилизации отходов
6. Зарубежный опыт развития применения социально-этического маркетинга

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Эколого-социальные основы маркетинга вторичных ресурсов

Тема 1.1. Социально-этический маркетинг

1. Определение социально-этического маркетинга
2. Цели социально-этического маркетинга
3. Особенности внедрения социально-этического маркетинга
4. Примеры применения социально-этического маркетинга
5. Применение концепции социально-этического маркетинга

Тема 1.2. Вторичные ресурсы как товар

1. Определение понятия «вторичные ресурсы»
2. Значимость использования ВМР
3. Норма накопления отходов
4. Особенность ВМР как товара.
5. Особенность маркетинга ВР
6. Номенклатура вторичного сырья
7. Основные номенклатурные группы отходов.

Тема 1.3. Рынок вторичных ресурсов

1. Понятие «отходы», виды
2. Понятия и определения вторичного сырья
3. Отличия вторичного сырья от вторичных ресурсов
4. Номенклатура вторичного сырья
5. Основные особенности анализа рынка вторичных ресурсов.

Раздел 2. Утилизация и использование вторичных ресурсов

Тема 2.1. Утилизация и повторное использование отходов

1. Отходы металлургического производства и направления их использования.
2. Применение золы и шлаки ТЭС
3. Применение отходов машиностроения и строительной отрасли
4. Пути использования резины.
5. Направления использования полимерных материалов
6. Применение отходов древесины и макулатуры
7. Пути использования стеклобоя.
8. Применение отходов агропромышленного производства
9. Компоненты ТБО
10. Использование ТБО

Тема 2.2. Маркетинговая информация о наличии и использовании вторичных ресурсов

1. Информация для решения задач маркетинга МВР
2. Источники информации для МВР
3. Виды и объемы информации МВР
4. Ценность информации для решения поставленных задач МВР
5. Финансовые и временные затраты на получение информации

Тема 2.3. Ценообразование при использовании вторичных ресурсов

1. Функции цены на продукты из вторичного сырья
2. Требования к ценам на ВМР
3. Показатель, учитываемый при установлении цены на конкретный вид ВМР
4. Учет ВМР

5. Система экономического стимулирования безотходных производств

Раздел 3. Эффективность реверсивной логистики

Тема 3.2. Маркетинговые стратегии на рынке вторично-материальных ресурсов

1. Маркетинговая стратегия
2. Виды маркетинговых стратегий
3. Примеры стратегий маркетинга на рынке вторичных ресурсов
4. Структура и элементы стратегии на рынке вторичных ресурсов
5. Уровни маркетинговых стратегий
6. Этапы разработки маркетинговой стратегии
7. Возможные ошибки разработки и применения маркетинговых стратегий на рынке вторичных ресурсов

Тема 3.2. Экономическая оценка и эффективность использования отходов

1. Критерии экономической эффективности использования ВР
2. Сравнительная эффективность МВР
3. Расчет экономии приведенных затрат

ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ****ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль «Маркетинг»
Кафедра маркетинга и логистики
Учебная дисциплина «Маркетинг вторичных ресурсов»**

Курс 2 Семестр 4 Форма обучения очная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1**Теоретические вопросы.**

- 1.Определение маркетинг вторичных ресурсов
- 2.Использование металлолома
- 3.Возможности дальнейшего развития маркетинга вторичных ресурсов в РФ

Экзаменатор

Т.А.Попова

Утверждено на заседании кафедры «__» ____ 20__ г. (протокол №__ от «__» ____ 20__ г.)

Зав.кафедрой

Т.А. Попова