УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра менеджмента и предпринимательства

Утверждаю
зав. кафедрой
Ф.Ф. Хамидуллин
_____
Протокол заседания
кафедры № 7
от « 26 » февраля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Экологический маркетинг
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Менеджмент устойчивого развития
Год набора	2025, 2026

Составитель:
канд. экон. наук,
доц. Б.М. Эйдельман

Казань

Содержание

1. Цели и задачи учебной дисциплины 3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП 4
3. Требования к результатам освоения дисциплины 5
4. Структура и содержание дисциплины 6
4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенции 6
4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам) 8
4.3. Планы практических и семинарских занятий 9
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов 13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины 16
8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине 16
Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Экологический маркетинг» сформировать у студентов знания и навыки для продвижения экологически безопасных продуктов и услуг, способствуя удовлетворению потребительского спроса на экологичные товары, укреплению имиджа компаний и формированию у потребителей ответственного потребления, что в свою очередь ведет к улучшению состояния окружающей среды.

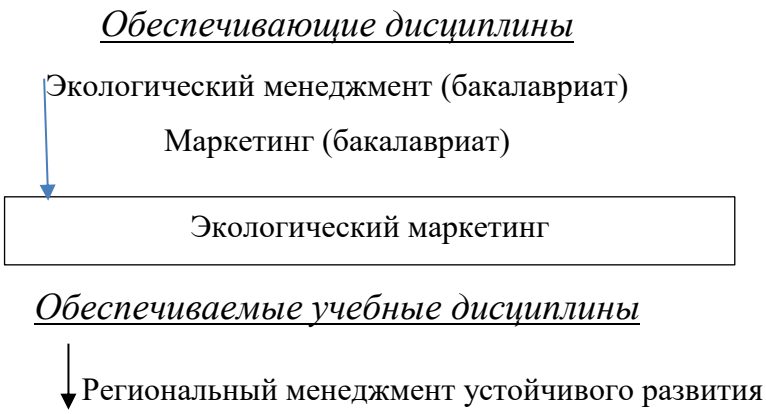
Основные цели:.

Задачами дисциплины являются: включают популяризацию экологически чистых товаров и услуг, формирование экологической сознательности у потребителей и на рынке, а также экологизацию производства и бизнеса. Цель – создание и продвижение продуктов, минимизирующих вред для окружающей среды, и удовлетворение спроса на экологичные решения.

.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных учреждений, дисциплина по выбору, Блока 1 учебного плана. До начала изучения дисциплины «Экологический маркетинг» развитием у студента должны быть сформированы компоненты компетенций (ЗУВы) полученных в результате изучения дисциплин: Экологический менеджмент, Маркетинг. Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:



3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент устойчивого развития»:

ПК-16. Способен разрабатывать инновационные стратегии развития городской среды, управления отходами для снижения уровня риска и повышения рационального корпоративного имиджа для ESG-оценивания и рейтингования

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций.

Декомпозиция компетенций

Индикатор	**Результаты обучения по дисциплине**
Компетенция ПК-16	
ПК-16.4 Использует концепции риск-ориентированного мышления для обеспечения безопасности человека и сохранения окружающей среды, основываясь на принципах экологической культуры	ПК-16.4 З.4 Знает основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы экологического маркетинга ПК-16.4 У.4 Умеет объяснить: как формируется цена на товары, услуги, ресурсы в сфере природопользования; выделять существенные характеристики производственных ситуаций, подбирать к ним прием ПК-16.4 В.4 Владеет навыками анализа и оценки внутренней и внешней среды организации; навыками анализа особенностей менеджмента в конкретной организации; навыками управления и организации деятельности группы (коллектива)

Этапы формирования выбранных компетенций (или их частей – ЗУВов) можно проследить по пояснительной записке и модульно-тематическому плану дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление подготовки: «Менеджмент» профиль «Менеджмент устойчивого развития»					
Наименование модулей	Количество ауд. часов		Самостоят. работа.	Всего часов.	Индикаторы компетенции/ЗУВы
	Лекции очная/ заочная	Практ. очная/ заочная	очная/ заочная		
Модуль 1 «Введение в предмет»					
Тема 1: Сущность экологического маркетинга и этапы его становления	2/2	2/-	6/10	10/12	ПК-16.4 З.4
Тема 2: Международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла	4/2	4/-	6/12	14/12	
Модуль 2 « Особенности экологического маркетинга»					
Тема 3: Гринвошинг	3/-	3/2	6/12	12/14	ПК-16.4 З.4 У.4 В.4
Тема 4: Международные соглашения и процессы в сфере торговли	6/-	6/4	6/12	18/16	
Подготовка к зачету			18/18	18/18	
ИТОГО	15/4	15/4	42/64	72/72	-

* Данная тема изучается с элементами интерактивных методов обучения, которые отражены в Пояснительной записке данного курса

Пояснительная записка

с этапами формирования компетенции

к модульному курсу «Экологический маркетинг»

Данный курс состоит из 2модулей.

Модуль 1 «Введение в предмет» включает в себя 2 учебные темы.

В результате сдачи модуля студент должен:

- Знать: основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы экологического маркетинга.

По результатам освоения модуля проводится устный и тестовый опрос, практическая работа, проверяется выполнение домашнего задания из раздела самостоятельная работа.

Модуль 2 «Особенности экологического маркетинга» включает 2 темы**.**

В результате сдачи модуля у студента должен

- Знать: основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы экологического маркетинга

- Уметь: объяснить: как формируется цена на товары, услуги, ресурсы в сфере природопользования; выделять существенные характеристики производственных ситуаций, подбирать к ним прием

- Владеть: навыками анализа и оценки внутренней и внешней среды организации; навыками анализа особенностей менеджмента в конкретной организации; навыками управления и организации деятельности группы (коллектива).

По результатам освоения модуля проводится устный и тестовый опрос, практическая работа, проверяется выполнение домашнего задания из раздела самостоятельная работа

4.2. Содержание дисциплины по темам

Тема 1. Сущность экологического маркетинга и этапы его становления.

Сущность экологического маркетинга в ретроспективе. Экологический маркетинг, как продолжение и часть социально-этического маркетинга. Цели, задачи и направления развития экологического маркетинга. Состояние и тенденции развития экологических потребностей. «Зелёный» консьюмеризм. Факторы развития экологических требований, методы их выявления. Характеристики экологичности товаров. Типы потребителей по экологичности поведения. Готовность потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа. Анализ мотивации потребления экологических товаров. Экоатрибутивность потребительского выбора и его типы мотивации. Особенности продвижения экологических товаров на рынке. Экологический маркетинг как функция управления предприятием.

Тема 2. Международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла

Причины появления экомаркировки. Директива ЕС от 23.02.1992 № 880 «Об экологических знаках». Стандарт ISO 14020:1998 Этикетки и декларации экологические. Общие принципы. ГОСТ Р ИСО 14020-2011 Этикетки и декларации экологические. Основные принципы. ГОСТ Р ИСО 14021-2000 Этикетки и декларации экологические. Самодекларируемые экологические

заявления (экологическая маркировка по типу II). ГОСТ Р ИСО 14024-2000 Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа I. Принципы и процедуры. ГОСТ Р ИСО 14025-2012 Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа III. Принципы и процедуры. ГОСТ Р ИСО 14040- 2010 «Экологический менеджмент. Оценка жизненного цикла. Принципы и структура»

Тема 3 Гринвошинг.

Сущность зеленого камуфляжа. Примеры и признаки гринвошинга: скрытый компромисс, отсутствие доказательств, неопределенность и т.п. («семь грехов» гринвошига). Доклады Greenwashing Report (США). Негативные последствия гринвошинга. Возможные способы борьбы с гринвошингом. Как потребителю уберечься от гринвошинга

Тема 4. Международные соглашения и процессы в сфере торговли.

Международная торговля и окружающая природная среда: неторговые озабоченности, концепция HP2 (Healthy Products, Healthy Planet), Инициатива по зеленым товарам. Экологические услуги: Перечень Всемирной торговой организации WTO Services Sectoral Classification List. Перечни экологических товаров ОЭСР, АТЭС и ЮНКТАД. Динамика мирового экспорта и импорта экологических товаров. Страны - основные экспортеры и импортеры экологических товаров

4.3. Планы семинарских и практических занятий

Методические указания

Подготовка по материалам семинарского занятия позволяет закрепить полученные путем проработки лекций знания и приобрести навыки решения практических задач. К каждому занятию предложены литературные источники, где можно найти разбираемые задания и практические работы. При проработке материала семинарского занятия необходимо обратить внимание на раздел данной программы «Самостоятельная работа», в котором также предложено выполнить задания и проверить усвоение материала лекции при помощи контрольных вопросов. *Все семинарские занятия проводятся в интерактивной форме.*

Тема 1: Сущность экологического маркетинга и этапы его становления.

Основные вопросы

1. Существующие подходы к трактовке и определению понятия экологический маркетинг.
2. Предпосылки и современные направления развития экологического маркетинга.
3. Какие факторы влияют на развитие экологического маркетинга и ответственное потребление?

4. Назовите и раскройте характеристики экологичности процессов, товаров и услуг, с учётом всего их жизненного цикла.

5. Какие группы выделяют при типизации потребителей с точки зрения экологически ответственного потребления? Мотивы различных групп потребителей?

6. Какие результаты исследований готовности потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа Вам известны?

7. Какие результаты исследований готовности производителей и продавцов продукции по переходу к ответственному производству и ритейлу Вам известны?

8. Как в компании организована работа в сфере экологического маркетинга (с примерами)?

Тема 2 Международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла

Основные вопросы

1. Перечислите основные международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла товаров

2. Перечислите принципы (требования) к экологическим этикеткам и декларациям (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)

3. В чем отличия экомаркировки I, II и III типов?

4. Какие формулировки недопустимы в экологических заявлениях (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)?

5. Перечислите требования к формулировкам в экологических заявлениях (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)?

6. Перечислите стадии жизненного цикла продукции и возможные показатели экологичности для каждой стадии

Тема 3 Гринвошинг

Основные вопросы

1. Что понимают по гринвошингм?

2. Перечислите признаки гринвошинга.

3. Приведите примеры гринвошинга.

4. Как можно бороться с гринвошингом?

5. Как потребителю уберечься от гринвошинга?

Тема 4. : Международные соглашения и процессы в сфере торговли.

Основные вопросы

1. акие терминологические проблемы существуют при определении понятия «экологические товары и услуги»?

2. На каких мероприятиях и каких международных организаций поднималась тема неторговых озабоченностей?

3. Перечислите международные соглашения и инициативы в сфере торговли экологическими товарами и услугами

4. Какие услуги могут считаться экологическими?

5. Приведите примеры экологических товаров ОЭСР

6. Приведите примеры экологических товаров АТЭС

7. Приведите примеры экологических товаров ЮНКТАД

8. Как изменяются таможенные пошлины с учётом экологичности импортируемых товаров? Приведите примеры

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Предлагаемый план самостоятельной подготовки:

-прочитать лекционный материал, и при необходимости, предлагаемые источники литературы, которые представлены в разделе 6 рабочей программы;

-ответить на контрольные вопросы, проверив свои знания;

-перейти к проработке материала к семинарскому занятию: ответить на вопросы, выполнить задания;

-проработать материал к семинару, предложенный в разделе самостоятельная работа: выполнить задания, закрепляющие усвоение темы.

Тема 1. Сущность экологического маркетинга и этапы его становления.

1. Изменение товарной номенклатуры в сторону экологизации (на примере конкретной компании)

2. Изменение экологических характеристик продукции (на конкретном примере)

3. Анализ экологичности процессов, товаров и услуг, с учётом всего их жизненного цикла (на конкретном примере)

4. Сравнительный анализ экологичности процессов, товаров и услуг, с учётом всего их жизненного цикла (на конкретных примерах)

5. Экологический маркетинг в отрасли как элемент конкурентной борьбы (на примере конкретной отрасли)

6. Экобрендинг (на примере конкретной компании)

7. Консалтинг в сфере экологического маркетинга

8. Некоммерческий экологический маркетинг

9. Экологическая составляющая маркетинга территорий

10. Исследования в области зеленого потребления (на примере конкретного исследования)

11. Экологическая реклама.

Тема 2. Международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла

1. Деятельность Международной организации по стандартизации в сфере экосертификации и экомаркировки.

Тема 3. Гринвошинг.

1. Гринвошинг в деятельности зарубежных компаний (на конкретных примерах)

2. Гринвошинг в деятельности Российских компаний (на конкретных примерах)

3. «Черный» экологический PR (на конкретных примерах)

Тема 4. Особенности применения экологического маркетинга.

1. Назовите страны - основные экспортеры экологических товаров

2. Назовите страны - основные импортеры экологических товаров

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Корпоративное управление : учебник для вузов / под общей редакцией С. А. Орехова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05902-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563464

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16789-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559758

Дополнительная литература:

1. Мейсурова, А. Ф. Экология и природопользование. Прикладная экология и устойчивое природопользование : учебник и практикум для

среднего профессионального образования / А. Ф. Мейсурова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 131 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19760-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/580941

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система IPR SMART

https://www.garant.ru/ - Информационно-правовой портал «Гарант»

Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru.

Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru

Образовательная платформа ЮРАЙТ – www.urait.ru

Банк России https://cbr.ru/ https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/sec_st/issue_sector/ https://www.cbr.ru/develop/ur/ https://www.cbr.ru/develop/ur/na/

Федеральная служба государственной статистики (Росстат) https://rosstat.gov.ru/

Государственная корпорация развития ВЭБ.РФ https://xn--90ab5f.xn--p1ai/ustojchivoe- razvitie/zeljonoe-finansirovanie/vypuski- finansovykh-instrumentov/

Экспертно-аналитическая платформа Infragreen https://infragreen.ru

RAEX Sustainability: вебинары https://raex-rr.com/events/?q=Вебинар&page_future=1& page_past=1 и телеграм-канал @raex_sustainability

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используется учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, читальный зал, видеопроекционное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ».

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки компетентности рекомендуется использовать рейтинговую оценку знаний, умений и навыков студента по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесс. Итоговая оценка (в баллах)

складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене (зачете).

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$C = \frac{M_1 + M_2 + ...M_n}{n} \times 0{,}6$, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$З = К \times 0{,}4$, где К - количество баллов на экзамене (зачете);

$И = С + З + П$, где П – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень освоения компетенций	Количество баллов
компетенции не сформированы	до 59 баллов
компетенции сформированы	от 60 до 100 баллов

Уровень сформированности компетенции, ее основные признаки и инструменты оценки приведены в табл. 8.1.

Таблица 8.1.

Оценка уровня сформированности компетенции **ПК-16. Способен разрабатывать инновационные стратегии развития городской среды, управления отходами для снижения уровня риска и повышения рационального корпоративного имиджа для ESG-оценивания и рейтингования**

№	**Уровни сформированности компетенции**	**Основные признаки уровня**	**Инструменты оценки сформированности уровня**
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Знает основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы	Тестирование зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня) (**От 71 до 85 баллов**)**	Знает основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы экологического маркетинга Умеет объяснить: как формируется цена на товары, услуги, ресурсы в сфере природопользования;	Выступление на семинаре Тестирование зачет

		выделять существенные характеристики производственных ситуаций, подбирать к ним прием	
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Знает основные термины и определения в области экологического менеджмента; особенности системы экологического маркетинга Умеет объяснить: как формируется цена на товары, услуги, ресурсы в сфере природопользования; выделять существенные характеристики производственных ситуаций, подбирать к ним прием Владеет навыками анализа и оценки внутренней и внешней среды организации; навыками анализа особенностей менеджмента в конкретной организации; навыками управления и организации деятельности группы (коллектива)	Выступление на семинаре с презентацией Тестирование зачет

Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов.

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций.

И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на выявление основных факторов, их анализ и определения путей повышения экономической эффективности, полученных в результате анализа.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую документацию. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы. Решение задач и выполнение заданий, приведенных в программе учебной дисциплины обязательно.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции. Если занятия проводятся в малых группах, то каждая группа обеспечивается необходимой документацией. Занятие проводится в постоянном сравнении расчетов и выступлении участников команд.

В результате каждая из команд выносит на всеобщее обсуждение свои результаты и может быть оценена как со стороны преподавателя, так и со стороны студентов другой команды.

Приложение 2

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра проектного менеджмента и управления качеством

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Экологический маркетинг»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки Менеджмент устойчивого развития

Год набора 2025, 2026

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля
2.1.1 Выступление на семинаре
2.1.2 Тестирование
2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля.
2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)
2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к зачету).

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля / **Формируемые компетенции и индикаторы**	**ПК-16**
	ПК-16.4
Формы текущего контроля	
Выступление на семинаре	З4
Тестирование	З4, У4
Формы промежуточного контроля	
Зачет	В4

З- знания, У- умения, В- владение

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля

2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля

2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, эссе, выполненных индивидуальных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, является обязательной для всех студентов формой текущего контроля знаний. Примерные вопросы к семинару отражены в разделе «Самостоятельная работа». Дополнительно задаются вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом сути проблемной ситуации, поиска аналогов и решений. Выступление, сопровождаемое презентацией, оценивается наиболее высоко.

Примеры вопросов к семинарским занятиям:

1. Перечислите основные международные и Российские стандарты в области экологической маркировки и оценки жизненного цикла товаров
2. Перечислите принципы (требования) к экологическим этикеткам и декларациям (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)
3. В чем отличия экомаркировки I, II и III типов?
4. Какие формулировки недопустимы в экологических заявлениях (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)?
5. Перечислите требования к формулировкам в экологических заявлениях (согласно ГОСТ Р ИСО 14020 -2011)?
6. Перечислите стадии жизненного цикла продукции и возможные показатели экологичности для каждой стадии
7. Что понимают по гринвошингм?
8. Перечислите признаки гринвошинга.
9. Приведите примеры гринвошинга.
10. Как можно бороться с гринвошингом?
11. Как потребителю уберечься от гринвошинга?

Критерии оценивания выступления на семинаре

Результат	Балл
Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами, использует презентацию	100-90

Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, с ответами на вопросы по теме затрудняется	70-79
Способен сформулировать основные подходы к управлению качеством	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе, либо не отвечает на вопросы	Менее 60

2.1.2. Тестирование

Тестирование в письменной форме проводиться для закрепления знаний по изученной теме. Примеры тестовых вопросов:

1. Обсуждение такого феномена как «зеленый маркетинг» началось в ___ году

а) 1972;
б) 1975;
в) 1987;
г) 1992.

2. Обсуждение такого феномена как «зеленый маркетинг» началось в

а) СССР;
б) Великобритании;
в) США;
г) Германии.

3. Единственная Российская система сертификации, включенная в перечень Всемирной ассоциации Экомаркировки, называется _____

4. Понятие «зеленый маркетинг» и «ответственное потребление» в наибольшей степени соответствуют:

а) ЦУР 5;
б) ЦУР 6;
в) ЦУР 12;
г) ЦУР 14

Критерии оценивания тестирования

Результат	Балл
Даны правильные ответы на все вопросы	100-90
Даны правильные ответы на 80% вопросов теста	80-89
Даны правильные ответы на 60% вопросов	70-79
Даны правильные ответы менее чем на 60% вопросов	60-69
Даны правильные ответы на 20% вопросов теста	Менее 60

2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний/умений

Вопросы и задачи к зачету

1. Механизм влияния роста потребления на качество окружающей среды. Размен рисков и вторичные и первичные потребности людей. Закон возвышения потребностей и ограничения, накладываемые им на модели устойчивого производства и потребления

2. Повестка дня в области устойчивого производства и потребления. ЦУР 12, задачи ЦУР 12.

3. Показатели достижения ЦУР 12

4. Примеры политических мер для перехода к устойчивым моделям производства и потребления

5. Особенности национальных подходов к переходу к устойчивым моделям производства и потребления

6. «Зеленый маркетинг»: определение, история развития, цели, задачи и направления развития

7. Факторы развития экологических потребностей, методы их выявления

8. Классификация эко-потребителей. Готовность потребителей к уплате ценовой надбавки за экологичность товаров разного типа

9. Критерии «зеленого маркетинга» по улучшению продукта и его упаковки

10. Критерии «зеленого маркетинга» по улучшению сервиса, дистрибутивной и коммуникативной политике

11. Особенности продвижения экологических товаров на рынке

12. Экологический маркетинг как функция управления предприятием

13. Экологический маркетинг в отрасли как элемент конкурентной борьбы (на примере конкретной отрасли)

14. Международные и Российские стандарты в области экологической маркировки. Экомаркировка I, II и III типов

15. Концепция «жизненного цикла» и экологический маркетинг

16. Возможные подходы к типизации знаков экомаркировки.

17. Группы знаков экомаркировки (с критериями и примерами)

18. Международные и зарубежные программы экомаркировки

19. Российские программы экомаркировки

20. Деятельность Всемирной ассоциации Экомаркировки. Экомаркировка: преимущества и проблемы для бизнеса.

21. Экологическая реклама, примеры

22. Ретроспективный анализ развития концепции зеленых закупок. Определения понятия «зеленые закупки» из разных источников.

23. Виды зелёных закупок

24. Стадии внедрения зеленых закупок

25. Зарубежный современный опыт государственных зеленых закупок (на примере 2-3-х стран)

26. Российский опыт государственных зеленых закупок

27. Совместные инициативы российского бизнеса, общественных организаций и профессиональных сообществ в сфере зеленых закупок

28. Экобрендинг

29. Роль персонала

30. Зеленый ритейл - лучшие практики

31. Подходы и методы используемые при работе с персоналом в целях зелёного ритейла

32. Гринвошинг – определение, признаки, примеры.

33. Возможные способы борьбы с гринвошингом. Как потребителю уберечься от гринвошинга.

34. Международная торговля и окружающая природная среда: ретроспективный анализ. Определения понятий «экологические товары» и «экологические услуги», используемые в разных соглашениях

35. Сравнение перечней экологических товаров ОЭСР, АТЭС и ЮНКТАД

36. Динамика мирового экспорта экологических товаров. Основные экспортеры и импортеры экологических товаров

2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированных навыков (задачи к зачету)

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1. Тема: КОНЦЕПЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖ-МЕНТА ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Задание:

1. Изобразить схематично воздействие экологии на развитие человека (человечества).

2. Определить транснациональные решения экологических проблем.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2. Тема: Типология экологически ориентированного управления (объем 4 час)

Задание:

1. По каждому типу управления привести пример предприятия

2. Предложить меры по переходу предприятия с 1 типа в 4.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3

тема: Разработка экологической стратегии предприятия

Задание:

1. Разработать экологическую стратегию предприятия

2. Применить в экостратегии предприятия НДТ (наилучшие доступные технологии)

3. Показать в стратегии жизненный цикл продукции

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №4. Тема: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ И РЕКОМЕН-ДАЦИИ В ОБЛАСТИ

ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Задание:

1. Дать развернутую оценку трех основных "сценариев" возможного изменения и фактического воздействия промышленного производства на окружающую среду с момента пуска в эксплуатацию.

2. Представить в виде схемы эволюцию экологических стандартов

3. Дать статистическую оценку внедрения стандартов ИСО 14000

4. Обосновать экономическую целесообразность внедрения стандартов ИСО 14000 (привести примеры)

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5. Тема. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕНЕДЖМЕНТА НА

ПРЕДПРИЯТИИ

Задание:

1. Изучить структуру ISO 14001

2. Определить особенности ГОСТ Р ISO 14001

3. Привести примеры сертифицированных по ГОСТ Р ИСО 14000 российских предприяти.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета

Характеристика ответа	**Европейская оценка**	**Рубежные баллы**	**Оценка**	**Уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе вопрос студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям,	**A**	**96-100**	**Зачтено**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**

объясняет решение задачи на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Задача решена правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	**A**	**85-91**	**Зачтено**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Задача решена верно, правильно обосновывает принятую методику решения задачи. Ответ изложен	**A**	**90-86**	**Зачтено**	

литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**B**	**85-81**	**Зачтено**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.	**C**	**80-76**	**Зачтено**	
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и	**C**	**75-71**	**Зачтено**	

причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической задачи, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.				
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической задачи и не может связать теорию с практикой.	**D**	**70-66**	**Зачтено**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических задач. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	**E**	**65-61**	**Зачтено**	

Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя	**E**	**60**	**Зачтено**	
Студент испытывает значительные трудности в ответе на вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений теории управления. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает. Задача не решена	**F**	**Менее 60**	**Не зачтено**	**Компетенции не сформированы**