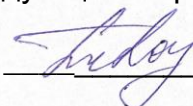


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой экономической теории
и мировой экономики
д.э.н., проф. Т.Н.Гоголева



20.04.2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.09 Агропродовольственные рынки

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.03.01 «Экономика»
- 2. Профиль подготовки:** «Экономика рынков»
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедры экономической теории и мировой экономики
- 6. Составители программы:** Чарыкова О.Г., д.э.н., профессор экономической теории и мировой экономики
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ от 15.04.2021 г., протокол №4
- 8. Учебный год:** 2023/2024 **Семестры:** 5,6

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- освоение методов сбора информации и анализа показателей, характеризующих состояние агропродовольственного рынка, на которых функционируют хозяйствующие субъекты;

- изучение нормативно-правовой базы и методик планирования и анализа результатов деятельности фирмы на агропродовольственном рынке

Задачи учебной дисциплины:

- определение показателей анализа конъюнктуры агропродовольственного рынка и эффективности рыночной деятельности фирм;

- сегментирование рынка, анализ структуры и конъюнктуры агропродовольственного рынка;

- определение методики и инструментов проведения комплексного исследования агропродовольственного рынка;

- проведение оценки рыночного позиционирования фирмы на целевых сегментах агропродовольственного рынка;

- выбор рыночной стратегии фирмы на основе комплексного исследования рынка и бизнес-возможностей фирмы на агропродовольственном рынке.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Б1.В.09 «Агропродовольственные рынки» относится к вариативной части блока Б1.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и навыках, полученных в ходе освоения дисциплин «Экономическая теория. Микроэкономика», «Статистика», «Маркетинг», «Теория отраслевых рынков», «Менеджмент».

В свою очередь, знания и умения, полученные при изучении данной дисциплины, создают предпосылки для освоения дисциплин: «Методы анализа рынков», «Оценка конкурентоспособности фирмы» и др.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

| Код | Название компетенции | Коды | Индикаторы | Планируемые результаты обучения |
|------|--|--------|--|--|
| ПК–2 | Способен собрать и проанализировать данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих товарные рынки, на которых осуществляется деятельность хозяйствующей | ПК-2.1 | Понимает факторы и условия, влияющие на формирование структуры и функционирование конъюнктуры, собирает данные для расчета социально-экономических показателей, агропродовольственного рынка | Знать: структуру и особенности функционирования агропродовольственного рынка Уметь: собирать данные и анализировать показатели, характеризующие структуру и конъюнктуру агропродовольственного рынка Владеть: навыками и умениями сбора данных, анализа показателей и интерпретации результатов, характеризующих структуру и конъюнктуру агропродовольственного рынка |
| | | ПК-2.2 | Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных внешних и внут- | Знать: методы сбора и способы систематизации качественных и количественных данных внешних и внутренних источников Уметь: обосновывать и анализировать |

| | | | | |
|------|--|--------|--|---|
| | щих субъектов | | ренных источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры | показатели текущей и прогнозной конъюнктуры агропродовольственного рынка Владеть: навыками сбора, анализа показателей и интерпретации результатов текущей и прогнозной конъюнктуры агропродовольственного рынка (по товарным группам) |
| ПК–5 | Способен выполнять необходимые для составления стратегических и оперативных планов расчеты, анализировать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами | ПК-5.1 | Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, проводит расчеты и анализирует текущую рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм | Знать: количественные и качественные методы для проведения комплексного исследования агропродовольственного рынка Уметь: проводить расчеты и анализировать текущую конъюнктуру агропродовольственного рынка и эффективность деятельности фирмы на целом сегменте Владеть: навыками проведения анализа конъюнктуры рынка и оценки эффективности деятельности фирм на конкретном рынке |
| | | ПК-5.2 | Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы | Знать: методы оценки бизнес-возможностей, совокупность рыночных стратегий фирм и способы выбора целевых сегментов и позиционирования Уметь: оценивать бизнес-возможности фирм на определенных (целевых) рыночных сегментах агропродовольственного рынка Владеть: навыками разработки рыночной стратегии позиционирования фирмы на целевых сегментах агропродовольственного рынка на основе формирования и оценки бизнес-возможностей фирмы |

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 5 ЗЕТ / 180 час.

Форма промежуточной аттестации - зачет, экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

| Вид учебной работы | Трудоемкость | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | Всего | По семестрам | |
| | | 5 семестр | 6 семестр |
| Аудиторные занятия | 68 | 36 | 32 |
| в том числе: | | | |
| лекции | 34 | 18 | 16 |
| практические | 34 | 18 | 16 |
| Самостоятельная работа | 76 | 36 | 40 |
| Форма промежуточной аттестации | 36 | зачёт | экзамен - 36 |
| Итого: | 180/5 | 72/2 | 108/3 |

13.1. Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины |
|--------------------------------|--|---|
| 1. Лекции | | |
| 1.1 | Раздел 1. Введение в дисциплину (предмет) Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР | Тема 1. Введение в дисциплину (предмет) Агропродовольственные рынки (АПР) Тема 2. Основные понятия, принципы, функции, структура и особенности АПР |
| 1.2 | Раздел 2. Структура и конъюнктура АПР | Тема 3. Конъюнктура АПР: понятие, исходные данные, показатели Тема 4. Сегментирование рынка и позиционирование фирмы |
| 1.3 | Раздел 3. Комплексное исследование рынка. Методы сбора и обработки информации | Тема 5. Система маркетинговой информации (СМИ) Тема 6. Методы сбора, методики анализа комплексного исследования рынка |
| 1.4 | Раздел 4. Комплексная оценка конкурентной среды и позиций фирмы | Тема 7. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы Тема 8. Позиции фирмы на конкурентном рынке |
| 1.5 | Раздел 5 Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | Тема 9. Стратегическое и операционное планирование рыночной деятельности фирмы Тема 10. PEST- анализ рынка; SWOT-анализ фирмы Тема 11. Разработка стратегии фирмы на целевых сегментах |
| 2. Практические занятия | | |
| 2.1 | Раздел 1. Введение в дисциплину (предмет) Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР | Тема 2. Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР: устный опрос, тестирование |
| 2.2 | Раздел 2. Структура и конъюнктура АПР | Тема 3. Конъюнктура АПР: опрос, тестирование, решение ситуационных задач Тема 4. Сегментирование рынка и позиционирование фирмы: опрос, тестирование, решение практико-ориентированных задач |
| 2.3 | Раздел 3. Комплексное исследование рынка. Методы сбора и обработки информации | Тема 5. Система маркетинговой информации (СМИ): опрос, тестирование Тема 6. Методы сбора, методики анализа комплексного исследования рынка: тестирование |
| 2.4 | Раздел 4. Комплексная оценка конкурентной среды и позиций фирмы | Тема 7. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы: опрос, тестирование, решение задач Тема 8. Позиции фирмы на конкурентном рынке: тестирование |
| 2.5 | Раздел 5 Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы Разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | Тема 9. Стратегическое и операционное планирование рыночной деятельности фирмы: опрос Тема 10. PEST- анализ рынка; SWOT-анализ фирмы: тестирование, ситуационные задания Тема 11. Разработка стратегии фирмы на целевых сегментах: тестирование, ситуационные задания |

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Виды занятий (количество часов) | | | |
|-------|---|---------------------------------|--------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические | Самостоятельная работа | Всего |
| 1. | Раздел 1. Введение в дисциплину (предмет) Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР | 3 | 2 | 8 | 13 |
| 2. | Раздел 2. Структура и конъюнктура АПР | 6 | 8 | 14 | 28 |

| | | | | | |
|----|--|----|----|----|-----|
| 3. | Раздел 3. Комплексное исследование рынка. Методы сбора и обработки информации | 9 | 8 | 14 | 31 |
| 4. | Раздел 4. Комплексная оценка конкурентной среды и позиций фирмы | 10 | 10 | 16 | 28 |
| 5. | Раздел 5 Стратегическое планирование рыночной деятельности и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | 6 | 6 | 24 | 44 |
| | Итого: | 34 | 34 | 76 | 144 |

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

1. УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного приобретения и накопления знаний, поэтому пропуски отдельных тем снижают глубину и качество освоения материала. Обучающимся рекомендуется перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины и конспекты лекций, доступные в электронной образовательной среде. Несмотря на то, что каждому обучающемуся предоставляется доступ к компьютерным презентациям всего лекционного материала, рекомендуется делать конспекты лекций, в которых необходимо фиксировать наиболее важные моменты, связанные с освоением того или иного теоретического вопроса. Это позволит: сэкономить время на конспектирование содержания темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то следует обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Лекция является важнейшей формой усвоения теоретического материала, поскольку в режиме реального времени преподаватель может ответить на любой вопрос, возникающий у обучающегося по ходу восприятия лекционного материала. Преподаватель дает на лекции самую актуальную информацию, почерпнуть которую самостоятельно обучающемуся не всегда удастся. Очень важны и комментарии преподавателя по самым разным вопросам теории и практики изучаемой дисциплины. Поэтому посещение лекций является одним из важнейших факторов, характеризующих отношение обучающегося к учебному процессу в целом, и к данной дисциплине в частности. Вопросы, заданные лектору по изучаемой теме, помогут лучше разобраться в ней всем присутствующим на лекции.

Чтение лекций осуществляется в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом, разрабатываемым ведущим курса.

2. УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практические занятия – вид учебных занятий, ориентированный на практическое усвоение лекционного материала, практических навыков анализа, диагностики, разработки и реализации моделей, позволяющих решать прикладные задачи из будущей профессиональной деятельности.

Цель практических занятий по дисциплине заключается в установлении связей теории с практикой в форме экспериментального подтверждения положений теории; обучении умению использовать учебный материал для разрешения практических задач и ситуаций, анализировать полученные результаты; в проведении контроля самостоятельной работы бакалавров по освоению курса; обучении навыкам профессиональной деятельности.

Основными структурными элементами практических занятий являются:

- обсуждение преподавателем совместно с бакалаврами темы занятий с пояснением ее взаимосвязи с будущей профессиональной деятельностью (дискуссии, дебаты);
- освоение алгоритма и самостоятельно решения ситуационных и других задач (тесты, задачи);
- консультации преподавателя во время занятий;
- обсуждение и оценка полученных результатов («опрос, коллоквиум, круглые столы»);

- письменный или устный отчет бакалавров о выполнении заданий (тесты, задачи);
- текущий контроль знаний.

Проведение практических занятий должно осуществляться в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом, разрабатываемым ведущим курса.

3. УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (СР)- это метод, средство вовлечения обучающихся в образовательный процесс, для которой характерно наличие четко сформулированной задачи, организационная форма обучения и др. В образовательном процессе значительная доля объема часов по дисциплине отводится на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе СР у обучающихся отчетливо проявляется целевая установка - готовность к достижению поставленной цели (результата) - формирование компетентности по данной области знаний. Подразумевает возможности самостоятельно и целенаправленно решать различные задачи и позволяет им включаться в активную и управляемую учебно-познавательную деятельность различной структуры.

Самостоятельная работа при изучении дисциплины складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и внеаудиторной самостоятельной работы и включает выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

По каждой теме учебной дисциплины обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: *задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок*, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Обучающимся следует выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения. Самостоятельная работа предполагает широкое использование различных источников информации (учебников и учебных пособий, специальной научной и научно-популярной литературы, ресурсов глобальной сети Интернет, материалов личных наблюдений и умозаключений и т. д.).

Основными видами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Агропродовольственные рынки» являются:

- самостоятельная подготовка к практическим занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;
- систематизация знаний путем проработки пройденных лекционных материалов по конспекту лекций, учебникам и пособиям на основании перечня экзаменационных вопросов, тестовых вопросов по материалам лекционного курса и базовых вопросов по результатам освоения тем, вынесенных на практические занятия;
- самостоятельное изучение тем практических занятий;
- подготовка к текущему и итоговому контролю;
- самостоятельное решение задач по заранее освоенным алгоритмам,
- выполнение индивидуальных заданий или контрольной работы.

Обучающиеся самостоятельно изучают все темы дисциплины на основе собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, основной и дополнительной литературы и других информационных ресурсов.

Основой успешного освоения дисциплины является работа с конспектами лекций вместе с базовой литературой, а также полное выполнение всех практических заданий, полученных в ходе семинарских занятий. Основное внимание в самостоятельной работе студентам стоит уделить рассмотрению надстроек моделей, приложений в учебных пособиях, а также математическим приложениям и выкладкам к разобранным на лекциях моделям. Тестирование в течение семестра, а также задания текущей аттестации включают, как правило, разобранные на семинарских занятиях практические модели с возможными надстройками, разобранными в рамках теоретических занятий.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины)

а) основная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 1 | Розанова, Надежда Михайловна. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие для бакалавров : [для студ. вузов, обуч. по экон. специальностям] / Н.М. Розанова ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т .— Москва : Юрайт, 2013 .— 906 с. : ил., табл. — (Бакалавр. Углубленный курс) |
| 2 | Агропродовольственные рынки: учебно-методическое пособие для студентов образовательной программы бакалавриат /О.Г. Чарыкова, Воронеж, ВГУ , 2015 :http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf |
| 3 | Теория отраслевых рынков / Г.Ф. Юсупова. — Москва : Высшая школа экономики, 2012 . 280 с. — ISBN 978-5-7598-0920-3. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227298 |

б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 1 | Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. В. Коротков. – Москва : Юнити, 2015. – 303 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143 |
| 2 | Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агромаркетинга - брошюра / О.Г. Чарыкова, Е.В. Закшевская, Е.В. Сальникова и др. Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России Россельхозакадемии, 2010 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23021177 |
| 3 | Локальные аграрные рынки : учебно-методическое пособие / Л. А. Калинина, Н. Н. Аникиенко, М. С. Ильин [и др.]. — Иркутск : Иркутский ГАУ, 2016. — 269 с. — ISBN 978-5-699-51624-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/143194 |
| 4 | Стукач В.Ф., Гришаев Е.А. Агропродовольственный рынок региона: классификация институтов, административные барьер, трансакционные издержки, неэффективные посредники. Омск: Изд-во ФГБОУ ВО ОмГАУ им. П.А. Столыпина, 2017. 217 с. |
| 5 | Трунов А.И., Неуймин Д.С. Экономика аграрного рынка. Учебное пособие. Мичуринск: Изд-во Мичуринский ГАУ. 2018. В библиотеке отсутствует |

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

| № п/п | Ресурс |
|-------|--|
| 1 | ЭБС «Университетская библиотека online» |
| 2 | ЭБС «Лань» |
| 3 | Электронно-библиотечная система (ЭБС) ВГУ https://lib.vsu.ru/?p=4&t=8b |
| 4 | Макроэкономика (для студентов бакалавриата направления "Экономика". – Электронный университет ВГУ. - https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4677 |

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| № п/п | Источник |
|-------|---|
| 1 | Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агромаркетинга - брошюра / О.Г. Чарыкова, Е.В. Закшевская, Е.В. Сальникова и др. Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России Россельхозакадемии, 2010 - 65 с. https://elibrary.ru/item.asp?id=23021177 |
| 2 | АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ: учебно-методическое пособие для студентов образовательной программы бакалавриат /О.Г. Чарыкова, Воронеж, ВГУ , |

| | | |
|---|--|----|
| | 2015: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf https://rucont.ru/efd/590443 | с. |
| 3 | Теория отраслевых рынков: практикум : учебное пособие / Г.Ф. Юсупова – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012 – 71 с. : ил https://www.gstu.by/sites/default/files/atoms/files/9c/b1/yusupova.pdf | |
| 4 | Сборник тестов и задач по микроэкономике : учебно-методическое пособие для вузов / Воронеж. гос. ун-т; сост. С.П. Клинова .— Воронеж : ЛОП ВГУ, 2006 .— 39 с. — URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/nov06020.pdf . | |
| 5 | Сборник тестов и задач по микроэкономике : учебно-методическое пособие : [для студ. 1 курса экон. фак. всех форм обучения, изучающих дисциплину "Микроэкономика"] / Воронеж. гос. ун-т ; сост.: Т.Н. Гоголева , С.П. Клинова , П.А. Канапухин .— Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2010 .— 60 с. : ил. URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m10-161.pdf . | |

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Реализация учебной дисциплины предполагает применение дистанционных образовательных технологий (работу на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» <https://edu.vsu.ru/>).

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебные аудитории для проведения учебных занятий (лекционных, практических), оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения: специализированная мебель, проектор, экран для проектора, компьютер с возможностью подключения к сети "Интернет", проводной микрофон, комплект активных громкоговорителей

Компьютерные презентации учебных курсов. Используются по всем лекционным темам (тема 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, практика 7, 8)

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор(ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|-------|--|---|--|--------------------|
| 1. | Раздел 1. | ПК 2 Способен собрать и проанализировать данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих товарные рынки, на которых осуществляется деятельность хозяйствующих субъектов | ПК 2.1 Понимает факторы и условия, влияющие на формирование структуры и функционирование конъюнктуры, собирает данные для расчета социально-экономических показателей агропродовольственного рынка | КИМ № 1, 2 |
| 2. | Раздел 2. | | | КИМ № 3,4,5 |
| 3. | Раздел 3. | | ПК 2.2 Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных внешних и внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры | КИМ № 6,7 |

| | | | | |
|---|-----------|---|---|---|
| 4. | Раздел 4. | ПК 5 Способен выполнять необходимые для составления стратегических и оперативных планов расчеты, анализировать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами | ПК 5.1 Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, проводит расчеты и анализирует текущую рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм | КИМ 8,9 |
| 5. | Раздел 5 | | ПК 5.2 Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы | КИМ 10,11,12 |
| Промежуточная аттестация форма контроля – 5-й сем. – зачет, 6-й сем. – экзамен | | | | Перечень вопросов представлен ниже в п.20.2 КИМ 13,14,15 |

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: контрольно-измерительного материал с теоретическими вопросами для проведения собеседования (индивидуальный опрос, фронтальная беседа), контрольно-измерительного материал с практическими расчетными заданиями, тесты, рефераты (доклады), курсовая работа.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета.

Критерии оценивания приведены ниже.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №1. Перечень вопросов собеседования для проведения текущей аттестации №1
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Раскройте понятие и особенности агропродовольственного рынка (АПР)
2. Назовите внешние и внутренние факторы функционирования АПР
3. Представьте структуру агропродовольственного рынка (АПР)
4. Сформулируйте необходимые условия для функционирования АПР
5. Охарактеризуйте основные функции агропродовольственного рынка.
6. Раскройте классификацию агропродовольственного рынка по различным критериям.
7. Опишите содержание понятий «рынок продавца», «рынок покупателя»
8. Назовите основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования информационной системы исследования рынка
9. Сформулируйте основную цель организации создания информационной системы для исследования данных
10. Раскройте основные методы сбора информации для исследования АПР

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими и приводить самостоятельно практические примеры

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №2. Тесты для проведения текущей аттестации №1
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Внешние факторы, влияющие на функционирование АПР:

- а) изменение конъюнктуры мирового аграрного рынка
- б) изменение конъюнктуры мирового финансового рынка
- в) потребности населения
- г) цены на сырьевые ресурсы

2. К основным функциям рынка относится:

- а) информационная
- б) посредническая
- в) пространственная
- г) справедливая

3. Необходимые условия эффективного функционирования рынка

- а) свобода выбора видов и форм деятельности
- б) многообразие форм собственности
- в) государственное вмешательство в хозяйственную деятельность субъектов
- г) нормативно-правовое регулирование

4. Внутренние факторы, влияющие на функционирование АПР:

- а) изменение конъюнктуры мирового аграрного рынка
- б) изменение конъюнктуры мирового финансового рынка
- в) потребности населения
- г) цены на сырьевые ресурсы

5. В зависимости от назначения, в структуре агропродовольственного рынка можно выделить субрынки (крупные сегменты):

- а) сельскохозяйственного сырья
- б) сельскохозяйственной продукции
- в) продовольственных товаров
- г) промежуточных товаров

6. Рынок сахара относится к рынкам:

- а) сельскохозяйственного сырья
- б) сельскохозяйственной продукции
- в) продовольственных товаров
- г) промежуточных товаров

7. Рынок КРС относится к рынкам

- а) сельскохозяйственного сырья
- б) сельскохозяйственной продукции
- в) продовольственных товаров
- г) промежуточных товаров

8. «Рынок продавца» характеризуется параметрами;

- а) предложение выше спроса, рыночная цена выше равновесной
- б) предложение ниже спроса, равновесная цена ниже рыночной
- в) спрос выше предложения, цена выше равновесной
- г) спрос выше предложения, цена ниже равновесной

9. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования информационной системы исследования рынка:

- а) сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации;
- б) принятие решений по управлению предприятием;
- в) принятие решений по управлению рынком;
- г) анкетирование и эксперимент.

10. Вы обращаетесь в Госкомстат за данными по структуре населения в города. Что это за информация? Для какого вида исследований она может быть использована

- а) полевых исследований;
- б) кабинетных исследований;
- в) сплошных исследований.

Критерии оценки тестов

| Ступени уровня освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|-------------------------------------|---|--|
| Пороговый | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55% баллов за задания теста. |
| Продвинутый | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75% баллов за задания теста. |
| Высокий | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90% баллов за задания теста. |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55% баллов за задания теста. |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №3. Перечень вопросов письменного опроса для текущей аттестации №2
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Охарактеризуйте понятие и дайте определение конъюнктуры АПР
2. Раскройте внешние и внутренние факторы формирования конъюнктуры АПР
3. Дайте понятие предложения как экономической категории, раскройте закон предложения, назовите основные факторы формирования и показатели определения предложения
4. Раскройте основные экономические законы, влияющие на формирование конъюнктуры агропродовольственного рынка
5. Опишите понятие спроса как экономической категории. Раскройте закон спроса и назовите основные факторы, влияющие на формирование спроса.
6. Прокомментируйте формулу расчета объема спроса
7. Раскройте понятие сегмента агропродовольственного рынка, назовите основные причины необходимости сегментирования рынка.
8. Назовите основные признаки и критерия сегментации рынка по группам потребителей
9. Раскройте содержание «конкурентного преимущества» товара
10. Опишите содержание метода построения карт позиционирования
11. Перечислите основные группы факторов, влияющих на поведение потребителей

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими и приводить самостоятельно практические примеры

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №4. Тесты для проведения текущей аттестации №2
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Формирование конъюнктуры агропродовольственного рынка является результатом действия объективных законов:

- а) закона стоимости;
- б) закона спроса;
- в) закона предложения;
- г) закона предельной полезности

2. Объем спроса на продукты питания зависит от следующих факторов:

- а) численности населения;
- б) уровня доходов потребителей;
- в) производительности труда;
- г) эффективности производства.

3. Величина предложения продовольствия не зависит от следующих факторов:

- а) объемов ввоза и импорта;
- б) наличия рыночного спроса;
- в) рентабельности товара;
- г) численности населения.

4. Основные методы ценообразования на продукты питания:

- а) «средние издержки плюс прибыль»;
- б) на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- в) на основе уровня рентабельности;
- г) установление цены на основе уровня текущих цен.

5. Установите последовательность расчета цены продукта:

- 2) Постановка задач ценообразования;
- 1) Определение спроса;
- 4) Оценка издержек;
- 3) Анализ цен и товаров конкурентов;
- 6) Выбор метода ценообразования;
- 5) Установление окончательной цены.

6. Если семипроцентное увеличение цены привело к семикратному снижению спроса на него, то это спрос:

- а) единичной эластичности;
- б) неэластичный;
- в) эластичный.

7. Основными функциями цены являются:

- а) учетная
- б) стимулирующая

- в) информационная
- г) договорная

8. Позиционирование товара – это:

- а) определение позиции продукта на новых сегментах относительно конкурентов;
- б) сегмент рынка, где продается товар;
- в) рыночная ниша;
- г) это мнение определенной группы потребителей относительно важнейших характеристик продукта по отношению к конкурентам.

9. Рыночная ниша – это:

- а) наиболее выгодный сегмент рынка;
- б) сегмент, где спрос больше предложения;
- в) группа покупателей или небольшой сегмент рынка, не занятый или не полностью занятый конкурентами, на котором предприятие может иметь конкурентное преимущество;
- г) сегмент, защищенный от конкурентов.

10. Наиболее распространенными критериями сегментации являются:

- а) доступность;
- б) прибыльность;
- в) емкость;
- г) демография.

11. Основным показателем предложения является:

- а) цена;
- б) объем;
- в) цена и объем;
- г) спрос

12 Выберите неравенство, показывающее эластичный спрос на рынке:

- а) $E_p(D) > 1$;
- б) $E_p(D) = 1$;
- в) $E_p(D) = 0$;
- г) $E_p(D) < 1$

Критерии оценки тестов

| Ступени уровня освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|-------------------------------------|---|--|
| Пороговый | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55% баллов за задания теста. |
| Продвинутый | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75% баллов за задания теста. |
| Высокий | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90% баллов за задания теста. |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55% баллов за задания теста. |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №5. Комплект задач для проведения текущей аттестации №2
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

Задача №1. Нормы потребления хлебных продуктов, определенные потребительской корзиной в настоящее время, для трудоспособного населения — 133,7 кг в год, пенсионеров — 103,7 кг в год, детей — 84 кг в год. На территории Кировской области проживает 1 млн. жителей, из которых 50% — пенсионеры, 20% — дети до 18 лет. Рассчитайте емкость рынка хлебных продуктов в натуральном выражении.

Задача №2. Потребление рыбопродуктов в центральных областях России на 20% ниже, чем на Дальнем Востоке. Рассчитайте емкость рынка данной продукции Владивостока, если годовая емкость рынка Смоленска составляет 18 млн. кг. Численность населения данных городов 700 тыс. и 400 тыс. жителей соответственно.

Задача №3. Согласно данным статистики, потребление молока и молочных продуктов в нашей стране с 2000 г. по настоящее время возросло на 20% и составило 262 л в год. Насколько возросла емкость рынка Самары в натуральном выражении, если в 2000 г. численность населения города была 1257 тыс. человек, а на сегодняшний день — 1300 тыс. человек?

Задача №4. Рациональная норма потребления овощей составляет 140 кг на душу населения в год. Фактическое потребление овощей в 2020 году в Воронежской области составило 119 кг на душу населения. Рассчитайте фактическую емкость рынка (объем фактического потребления овощей населением области в 2020 г.), а также объем потенциального (по рациональной норме) предложения овощей на рынке, если численность населения области в 2020 г. составляла 2331,1 тыс. чел. Сделайте вывод об избытке или недостатке потребления овощей.

Задача №5

Торговая фирма «Смак» действует в 2-х районах города.

Для каждого района известны изменения в условиях реализации нового продукта - биосоуса «Лакомка» (K), интенсивность покупок продукта в среднем на одного покупателя в год (G), увеличение или снижение доли рынка в результате конкуренции производителей продукта (D), издержки по сегментации рынка в каждом из районов (S). Все данные по районам приведены в таблице.

| Район 1 | Район 2 |
|------------------------------|------------------------------|
| $K_1 = 1,5$ млн. покупателей | $K_2 = 2,5$ млн. покупателей |
| $G_1 = 4000$ руб./год | $G_2 = 3500$ руб./год |
| $D_1 = +0,2$ | $D_2 = -0,3$ |
| $S_1 = 0,5$ млн. руб. | $S_2 = 0,5$ млн. руб. |

Определите район, в котором торговой фирме выгоднее всего реализовывать всю партию нового товара. Какова будет величина объема чистых продаж?

Критерий оптимума реализации в данном случае определяется по формуле:
 $V = [KG(1+D) - S] \text{ ----- } \max,$ где V – **объем чистых продаж.**

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если студент показал знание материала, решение задачи структурированное, логичное, задача решена верно.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если задача решена верно, но имеются технические погрешности.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполном решении задачи.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №6. Перечень вопросов собеседования для проведения текущей аттестации №3
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Раскройте содержание информации в маркетинговых исследованиях (МИ)
2. Сформулируйте понятие данных в МИ и назовите этапы обращения и преобразования сигналов в МИ
 1. Дайте определение системе маркетинговой информации (СМИ)
 2. Перечислите основные принципы формирования и использования информации
3. Раскройте и прокомментируйте основные принципы формирования информации
4. Какие подсистемы включает развитая СМИ
5. Раскройте систему внутренней информации
6. Дайте понятие и раскройте систему внутренней информации
7. Перечислите основные документы, характеризующие внутреннюю информацию
8. Дайте понятие и раскройте систему внешней информации
9. Перечислите основные источники внешней информации
10. Раскройте содержание справочной, нормативной, рекомендательной и сигнальной информации
11. Охарактеризуйте понятия и различия первичной, вторичной и производной информации
12. Назовите внутренние и внешние источники вторичной информации
13. Поясните, что Вы понимаете под эффектом Паретто

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №7. Тесты для проведения текущей аттестации №3
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Целями исследований рынка могут быть:

- а) исследование поведения потребителей;
- б) исследование цен;
- в) исследование эффективности рекламы;

г) все вышеперечисленные

2. Определите порядок методики исследования рынка: 1) сбор информации, 2) выявление проблемы и формулирование целей, 3) отбор источников информации, 3 обработка, анализ и представление собранной информации:

- а) 2.3.1.4.;
- б) 4.3.2.1.;
- в) 4.2.3.1.;
- г) 4.3.1.2.

4. Процесс прогнозирования конъюнктуры рынка включает следующие этапы (4 правильных ответа):

- а) проведение опросов и разработка плана действий;
- б) подготовку и обработку исходной информации для расчета прогноза;
- в) выявление недостатков в разработанной стратегии;
- г) разработку гипотезы предполагаемых социально-экономических условий развития спроса в прогнозируемом периоде;
- д) оценка опасностей и возможностей;
- е) расчет прогноза на перспективу;
- ж) оценку полученных результатов прогнозирования спроса и разработку правил их возможной корректировки.

5. Определенное количество респондентов, отобранных для участия в маркетинговом исследовании называется:

- а) генеральная совокупность;
- б) выборка;
- в) репрезентативная совокупность;
- г) информационный массив.

6. К основным характеристикам выборки не относится:

- а) объем;
- б) репрезентативность;
- в) предельная ошибка;
- г) динамика

7. Выборка, которая отражает все основные признаки генеральной совокупности, называется:

- а) репрезентативной;
- б) нерепрезентативной;
- в) вероятностной;
- г) невероятностной.

8. Заключительным документом, в котором отражаются исследования, является:

- а) отчет;
- б) программа;
- в) бизнес-план;
- г) стратегия

9. Наиболее удобен для проведения описательных исследований следующий метод:

- а) наблюдение;
- б) опрос;
- в) эксперимент;
- г) выборка.

10. Информация, которая уже использовалась в других целях, называется:

- а) описательной;
- б) первичной;
- в) поисковой;
- г) вторичной.

11. Изучение различных справочников и статистической литературы относится к:

- а) кабинетным исследованиям;
- б) полевым исследованиям;
- в) не относится к исследованиям;
- г) первичным исследованиям.

12. Совокупность сведений об объекте, перемещающихся в устойчивом направлении, представляет собой:

- а) базу данных;
- б) информационный поток;
- в) маркетинговую информационную систему;
- г) информационную систему предприятия.

13. Регулярный сбор и удобное хранение информации о микро- и макросреде компании, обеспечивая накопление и структурированную выдачу информации о конкурентах и ценах на их продукцию, является функцией:

- а) программ мониторинга внешней маркетинговой среды;
- б) программ проведения маркетинговых исследований;
- в) программ анализа продаж продуктов;
- г) маркетинговых пакетов «полного цикла»

Критерии оценки тестов

| Ступени уровня освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|-------------------------------------|---|--|
| Пороговый | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55% баллов за задания теста. |
| Продвинутый | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75% баллов за задания теста. |
| Высокий | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90% баллов за задания теста. |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55% баллов за задания теста. |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №8. Перечень вопросов собеседования для проведения текущей аттестации №4
*по дисциплине **Агропродовольственные рынки***

1. Перечислите показатели, позволяющие определить привлекательность рынка по уровню интенсивности
2. Охарактеризуйте интенсивность конкуренции по динамике рынка, назовите показатели и формулу расчета конкуренции по динамике рынка
3. Опишите состояние рынка по пограничным показателям и индикаторам динамики рынка
4. Охарактеризуйте показатели и формулу расчета коэффициента интенсивности конкуренции по рентабельности
5. Назовите показатели и поясните, как рассчитывается интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей
6. Прокомментируйте зависимость степени обострения конкуренции от обобщенного показателя интенсивности конкуренции
7. Охарактеризуйте понятие концентрации и назовите основные показатели концентрации продавцов и покупателей на отраслевом рынке
8. Прокомментируйте расчет коэффициента рыночной концентрации (CR) и увяжите с монопольным положением на рынке. Назовите основные недостатки этого показателя
9. Опишите содержание и расчет Индекса рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана (НИ)
10. Опишите типы рынков в соответствии с различными значениями коэффициентов концентрации и индексов Херфиндаля-Хиршмана
11. Поясните, как и для чего рассчитывается дисперсия рыночных долей
12. Попытайтесь привести примеры путей (направлений) снижения концентрации на отраслевых рынках
13. Назовите основные стратегии выхода на целевой рынок (стратегии охвата рынка). Приведите примеры

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №9. Тесты для проведения текущей аттестации №4
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Перечислите показатели, позволяющие определить привлекательность рынка по уровню интенсивности

- а) по динамике
- б) по рентабельности
- в) распределению рыночных долей
- г) емкости сегментов

2..Рынок находится в состоянии ускоренного роста, если T_m

- а) более 140%
- б) более 100%
- в) менее 70%
- г) менее 100%

3.На интенсивность конкуренции по уровню динамики рынка влияют

- а) объемы ресурсов продавцов
- б) рост объемов ресурсов продавцов
- в) снижение объемов ресурсов продавцов
- г) насыщение рынка

3.Под рыночной концентрацией (концентрацией продавцов или покупателей) понимается

- а) плотность размещения рыночных структур и совокупность разных удельных весов субъектов
- б) объем предложения или спроса
- в) плотность размещения рыночных структур и совокупность разных удельных весов субъектов по объему предложения или спроса
- г) насыщение рынка

5.Показатели концентрации производителей и покупателей на отраслевом рынке

- а) показатель дисперсии рыночных долей,
- б) индекс Джини,
- в) индекс Холла — Тайдмана (НТ),
- г) индекс энтропии

6.Коэффициент Бейна зависит от размера

- а) бухгалтерской прибыли
- б) собственного капитала
- в) заемного капитала
- г) рентабельности

7. Ограничения барьеров «входа» на рынок для потенциальных конкурентов включают

- а экономические и организационные ограничения
- б административные ограничения
- в неразвитость рыночной инфраструктуры
- г внедрение новых технологий и коммерциализация их

8. К стратегическим барьерам не относятся стратегии

- а ценовые
- б неценовые
- в маркетинговые
- г финансовые

Критерии оценки тестов

| Ступени уровня освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|-------------------------------------|---|--|
| Пороговый | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55% баллов за задания теста. |
| Продвинутый | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75% баллов за задания теста. |
| Высокий | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90% баллов за задания теста. |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55% баллов за задания теста. |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 (ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №10. Комплект практических заданий для проведения текущей аттестации №5
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

Задание №1. Предложите меры по повышению эффективности и конкурентоспособности нижеприведенного сельскохозяйственного предприятия (СИБ – СИУ – СЛВ – СЛУ) на основе проведенной оценки его сильных и слабых сторон предприятия, угроз и возможностей (табл. 1).

Таблица 1. SWOT-матрица для исследуемого предприятия

| | | |
|--|---|--|
| | ВОЗМОЖНОСТИ | УГРОЗЫ |
| | 1. Государственная поддержка аграрной сферы АПК. 2. Низкий уровень самообеспечения страны и региона стратегически важными видами с.-х. сырья и продовольствия. 3. Растущий спрос на продовольствие на мировом рынке. 4. Появление новых технологий в с.-х. производстве. | 1. Высокая степень зависимости от природных факторов. 2. Нестабильная экономическая ситуация в стране. 3. Усиление конкуренции. 4. Повышение стандартов качества продукции в связи с правилами ВТО. |
| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ | СИБ | СИУ |
| 1. Оптимальная организационная структура. 2. Использование новых технологий в растениеводстве и животноводстве. 3. Квалифицированный персонал. 4. Положительная кредитная история. 5. Финансовая устойчивость предприятия. | | |
| СЛАБЫЕ СТОРОНЫ | СЛВ | СЛУ |
| 1. Слабо используются маркетинговые инструменты в работе предприятия. 2. Предприятие не заключает договоры на поставку продукции на долго- | | |

| | | |
|---|--|--|
| срочной основе. 3. Отсутствие мощностей для хранения продукции. 4. Слабо организована переработка продукции животноводства. | | |
|---|--|--|

Задание №2

Выбор стратегии на основе анализ портфеля направлений деятельности компании.

Рассмотреть различные стратегии, между которыми должна сделать свой выбор исследуемая компания (на выбор бакалавра), преследующая цели роста и рентабельности для входящих в ее состав бизнес-единиц, на основе нижеприведенного примера.

Как правило, рынки товара, на которых действуют бизнес-единицы, можно оценивать с точки зрения их привлекательности и с точки зрения преимуществ, которыми на каждом из этих рынков обладает компания. Поэтому ее цель состоит в том, чтобы сформулировать для каждой бизнес-единицы свою (особую стратегию, исходящую из ее позиционирования по этим двум критериям. В этой связи следует обратиться к понятию «портфеля рынков товара», занимающему центральное место в стратегическом анализе и ориентирующему на детальное исследование направлений деятельности компании, на избирательное управление и оптимальное распределение ресурсов. Опираясь на результаты такого анализа, можно сопоставить различные стратегии развития. Следует также рассмотреть следствия выбора стратегии в финансовом и конкурентном аспектах.

Анализ своего портфеля должен помочь многопрофильной компании в распределении ограниченных ресурсов между различными рынками товара, на которых она представлена. В общем случае задача заключается в классификации каждого рассматриваемого рынка товара по двум независимым измерениям: привлекательность базового рынка и конкурентная сила компании.

Для этой цели разработаны различные методы анализа с применением матриц и с использованием разнообразных индикаторов привлекательности и конкурентоспособности. В данном задании следует ограничиться рассмотрением двух наиболее популярных из них: метода Бостонской консалтинговой группы (БКГ), называемого «матрицей рост-доля рынка» (Boston Consulting Group), и метода «матрицы привлекательность-конкурентоспособность», приписываемого компаниям «Дженерал Электрик» и «МакКинси» (McKinsey). Несмотря на схожесть, эти методы основаны на различных предпосылках и выбор того или другого из них не безразличен с точки зрения получаемых результатов.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он показал знание материала, творческое мышление, сделал структурированное, логичное заключение, опирающееся на теоретические знания и авторские позиции.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если задание выполнено творчески, но не подтверждено обоснованными аргументами.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполном выполнении практического задания.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задание не выполнено.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №11. Тесты для проведения текущей аттестации №5
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

1. Поведение фирм по Гарвардской парадигме не включает:

- а) цели
- б) информационное обеспечение
- в) стратегии
- г) финансы

2. Результативность рынка по Гарвардской парадигме включает:

- а) производственную эффективность;
- б) рациональность использования ресурсов;
- в) прогрессивность технологий;
- г) взаимодействие фирм

3. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз называется:

- а) операционный анализ;
- б) SWOT-анализ;
- в) SNW-анализ;
- г) PEST-анализ.

4. Какой стратегии придерживается предприятие, которому удалось увеличить объем распродаж и долю рынка (1 правильный ответ):

- а) выхода на рынок;
- б) развитие рынка;
- в) развитие продукта;
- г) диверсификации

5. Задачи ценовой стратегии (2 правильных ответа):

- а) поддержание спроса;
- б) продление жизненного цикла товара;
- в) товар формирует уникальную потребность, удовлетворить которую способны лишь его неповторимые свойства и особенности;
- г) в установлении максимально низких цен на товары собственного производства.

6 Стратегия установления «завышенной» цены на товар – это стратегия (1 правильный ответ):

- а) прочного внедрения на рынок;
- б) постепенного охвата рынка;
- в) «снятия сливок»;
- г) высоких цен.

7. Определите стратегию фирмы, при которой цель ценообразования не допускает завышения или занижения цен на свою продукцию, стремится снижать издержки производства и сбыта, это (1 правильный ответ):

- а) удержание доли рынка;
- б) максимизация сбыта;
- в) обеспечение сбыта;
- г) максимизация прибыли.

Критерии оценки тестов

| Ступени уровня освоения компетенций | Отличительные признаки | Показатель оценки сформированной компетенции |
|-------------------------------------|---|--|
| Пороговый | Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления. | Не менее 55% баллов за задания теста. |
| Продвинутый | Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал. | Не менее 75% баллов за задания теста. |
| Высокий | Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует. | Не менее 90% баллов за задания теста. |
| Компетенция не сформирована | | Менее 55% баллов за задания теста. |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

КИМ №12. Комплексная междисциплинарная задача к текущей аттестации №5
по дисциплине *Агропродовольственные рынки*

Комплексная междисциплинарная задача по анализу регионального отраслевого рынка и выработки стратегии позиционирования рыночного субъекта.

В ФО РФ и его регионах отечественное производство овощей, мяса (молока и яиц) растет, увеличивается и потребление. Однако импорт овощной и мясной продукции еще велик, растет и экспорт.

Задание:

1). Необходимо провести исследования продуктового рынка в границах ФО в разрезе областей:

- исследовать конкурентную среду ФО
- проанализировать уровень самообеспечения;
- исследовать уровень насыщения
- охарактеризовать открытость рынка

В заключении представить творческое описание функционирования рынка овощей, мяса(молока, яиц) и сделать вывод об уровне самообеспечения и возможностях вывоза или необходимости ввоза продукции.

Таблица 1

| №п.п | Наименование областей ФО | Объем производства | Рыночная доля | рейтинг |
|------|--------------------------|--------------------|---------------|---------|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| | | | | |
| ФО | | | 100 | |

Рассчитать коэффициенты рыночной концентрации и индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана

Сделать выводы по типу интенсивности конкуренции на рынка, рыночной концентрации

Заполнить таблицу 2

| Оценка конкурентной среды на отраслевом рынке | |
|---|--|
| Этапы оценки конкурентной среды | Содержание, показатели, критерии |
| I. Определение продуктовых и географических границ рынка | Доступность транспортных средств и незначительность транспортных расходов. Сохранность качества и потребительских свойств товара в процессе транспортировки. Сопоставимый уровень цен на товары внутри границ этого рынка. |
| II. Определение субъектов рынка | Рыночные доли участников рынка. Потенциальные продавцы и покупатели. |
| III. Оценка монополизации | Коэффициент рыночной концентрации. Индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана |
| IV. Определение границ групп предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров | Число сильных предприятий и предприятий с долей реализации выше средней и ниже средней. Дисперсии и коэффициент вариации рыночных долей. |
| V. Анализ открытости рынка | Доля импортной продукции в общем объеме реализации на конкретном товарном рынке. |

Таблица 3

| №п.п | Наименование областей ФО | Объем производства на душу | Потребление на душу | Уровень самообеспечения | Доля ввоза в потребление | Доля вывоза в производстве |
|------|--------------------------|----------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| | | | | | | |
| ФО | | | | | | |

Таблица 4

| №п.п | Наименование областей ФО | Емкость фактическая | Емкость рынка потенциальная | Уровень насыщения рынка | Сальдо ввоза - вывоза | Возможности расширения рынка |
|------|--------------------------|---------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| | | | | | | |
| ФО | | | | | | |

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме зачета и экзамена, контрольно-измерительный материал для проведения экзамена.

Для оценивания результатов обучения на зачете, экзамене используются следующие показатели:

- знание материала по вопросам и заданиям контрольно-измерительного материала;
- умение выделять существенные положения по поставленному в КИМе вопросу и представленному заданию;
- умение применять теоретические знания для анализа конкретных экономических ситуаций и решения прикладных заданий.

Уровень сформированности компетенций студента на промежуточной аттестации в форме зачета оценивается по шкале «зачет - незачет».

Соотношение критериев оценивания компетенций, уровня сформированности компетенций и шкалы оценивания результатов обучения для зачета

| Критерии оценивания компетенций | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценивания |
|---|--------------------------------------|------------------|
| Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на все вопросы КИМа. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников основной и дополнительной литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе. | <i>Повышенный уровень</i> | <i>Зачет</i> |
| Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на вопросы КИМа. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по КИМу при незначительных упущениях при ответах. | <i>Базовый уровень</i> | |
| Неполных и слабо аргументированный ответ, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы. | <i>Пороговый уровень</i> | |
| Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание существа вопросов и заданий КИМа. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа. | – | <i>Незачет</i> |

Уровень сформированности компетенций студента на промежуточной аттестации в форме экзамене оценивается по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение критериев оценивания компетенций, уровня сформированности компетенций и шкалы оценивания результатов обучения для экзамена

| Критерии оценивания компетенций | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок |
|---|--------------------------------------|---------------------|
| Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на все вопросы и задания КИМа. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников основной и дополнительной литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе. | <i>Повышенный уровень</i> | <i>Отлично</i> |
| Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на вопросы и задания КИМа. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по КИМу при незначительных упущениях при ответах на вопросы и выполнении заданий. | <i>Базовый уровень</i> | <i>Хорошо</i> |
| Неполных и слабо аргументированный ответ, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопро- | <i>Пороговый уровень</i> | <i>Удовлетвори-</i> |

| | | |
|---|---|----------------------------|
| сов и заданий, понятийного аппарата и обязательной литературы. | | <i>тельно</i> |
| Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание существа экзаменационных вопросов. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа. | – | <i>Неудовлетворительно</i> |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории и
мировой экономики

КИМ №13. Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине *Агропродовольственные рынки**

1. Понятие агропродовольственного рынка: элементы и структура
2. Основные функции агропродовольственного рынка
3. Необходимые условия функционирования агропродовольственного рынка
4. Классификация агропродовольственного рынка
5. Понятие конъюнктуры агропродовольственного рынка: элементы и структура
6. Основные факторы формирования спроса
7. Основные факторы формирования предложения АПР
8. Особенности взаимодействия спроса и предложения на АПР
9. Виды и функции цен на агропродовольственном рынке
10. Факторы ценообразования агропродовольственной продукции
11. Понятие, этапы и методы ценообразования
12. Методика расчета цены на агропродукцию
13. Стратегии ценообразования агропродовольственного рынка
14. Методика оценка спроса
15. Методика анализа и оценки товарного предложения
16. Методики исследования и определения цен
17. Методика оценки конкурентной среды
18. Методика оценки открытости рынка и эффективности межрегиональных связей
19. Основные показатели оценки конъюнктуры АПР
20. Методика оценки итоговых показателей эффективности рынка
21. Показатели, характеризующие развитие рыночной инфраструктуры
22. Содержание комплексного исследования рынка
23. Цель и задачи комплексного исследования рынка
24. Практическая направленность комплексного исследования АПР
25. Системный подход к комплексному исследованию АПР и его основные элементы
26. Основные принципы системного подхода к комплексному исследованию АПР
27. Основные этапы комплексного исследования рынка
28. Роль прогнозирования в комплексном исследовании рынка
29. Содержание информации в системе маркетинговых информации (МИ)
30. Понятие исходных данных в МИ
31. Этапы обращения и преобразования сигналов в МИ

* Вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета №№ 1 – 36.

32. Основные этапы обращения и преобразования сигналов в МИ
33. Понятие системы маркетинговой информации (СМИ) на предприятии
34. Основные принципы формирования и использования информации
35. Подсистема внутренней информации
36. Подсистема внешней информации
37. Установление границ агропродовольственного рынка
38. Определение и ранжирование субъектов агропродовольственного рынка
39. Определение интенсивности конкуренции
40. Уровень и оценка концентрации на отраслевых рынках
41. Определение границ групп аутсайдеров, предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров рынка
42. Анализ барьеров «входа» на рынок для потенциальных конкурентов
43. Показатели рыночной власти фирмы
44. Анализ барьеров «входа» на рынок для потенциальных конкурентов
45. Классификация рынков по уровню входных барьеров
46. Виды нестратегических барьеров
47. Разновидности стратегических барьеров
48. Понятие сегмента агропродовольственного рынка и его сегментирования
49. Критерии и признаки сегментирования агропродовольственного рынка
50. Сегментирование рынка по потребителям, о группам продуктов, оценке конкурентоспособности
51. Выбор целевых сегментов агропродовольственного рынка
52. Сущность и содержание позиционирования
53. Позиционирование товаров на агропродовольственном рынке. Карта позиционирования
54. Позиционирование фирм на целевых сегментах рынка
55. Понятие «поведения» рыночной деятельности фирмы
56. Особенности стратегического планирования предприятий АПК
57. Стратегический и операционный маркетинг предприятий АПК
58. Концептуальная схема стратегического поведения предприятия
59. Методика проведения PEST- анализ рынка
60. Методика проведения SWOT-анализ фирмы
61. Формирование матрицы SWOT-анализа фирмы
62. Сущность и содержание рыночной стратегии фирмы
63. Виды стратегий фирм
64. Матрица И. Ансоффа «товар-рынок»
65. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование стратегии
66. Технология (этапы) разработки стратегии

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории и
мировой экономики

**КИМ №14. Контрольно-измерительный материал для проведения
промежуточной аттестации в форме зачета**
по дисциплине *«Агропродовольственные рынки»*

1. Раскройте понятие конъюнктуры агропродовольственного рынка: охарактеризуйте элементы и структуру.
2. Назовите признаки и перечислите критерии сегментирования агропродовольственного рынка.

Критерии оценки:

Оценка **«зачтено»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими. Контролируемые компетенции демонстрируются на среднем уровне и выше.

Оценка **«не зачтено»** выставляется студенту, если он не освоил основного содержания курса и/ или не знает и не понимает существа вопросов. Контролируемые компетенции не демонстрируются.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Кафедра экономической теории
и мировой экономики

**КИМ №15. Контрольно-измерительный материал для проведения
промежуточной аттестации в форме экзамена
по дисциплине «Агропродовольственные рынки»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
экономической теории и мировой экономики
_____ д.э.н., проф. Т.Н. Гоголева
подпись, *расшифровка подписи*
_____ г.
20__ г.

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат)
Дисциплина Агропродовольственные рынки
Курс 3 группа
Форма обучения очная
Вид аттестации промежуточная
Вид контроля Экзамен

Контрольно-измерительный материал №1

1. Основные факторы формирования спроса и предложения на агропродовольственном рынке

1.1 Основные показатели оценки конъюнктуры АПР

1.2 Понятие этапы и методы ценообразования

1.3 Исходные данные, преобразование сигналов, требования к информации

1.4. Задача:

Используя данные, приведенные в таблице, постройте графики спроса и предложения, определите равновесную цену. Рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, эластичность спроса, эластичность предложения

| Цена P, руб. | Спрос Q, тыс. шт. | Предложение Q, тыс. шт. |
|--------------|-------------------|-------------------------|
| 5 | 10 | – |
| 4 | 20 | – |
| 3,5 | – | 40 |
| 3 | 30 | 30 |
| 2,5 | 40 | 20 |
| 2 | – | 10 |

2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на агропродовольственном рынке

2.1. Определение границ групп аутсайдеров, предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров рынка

2.2. Подсистемы внутренней и внешней информации.

2.3. Графическая модель карты позиционирования.

2.4. **Задача:**

Закуплена партия языков крупного рогатого скота на 4000 долларов по цене 1,5 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 30% от таможенной стоимости, но не менее 1.2 ЕВРО за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляет 0.15% от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 20%

Рассчитайте оптовую цену 1 кг языков, если оптовая надбавка составляет 12% от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс ЕВРО и доллара на момент пересечения границы был 77 и 60 рублей соответственно.

сектора в размере 20% совокупного дохода. Определите величину государственных закупок и объем совокупного дохода.

3. Цена и ценообразование на агропродовольственном рынке: понятие, этапы и методы

3.1. Методика исследования и определения цен

3.2. Роль прогнозирования в комплексном исследовании рынка.

3.3. Показатели рыночной власти фирмы

3.4. **Задача:**

Исходные данные: фермер, вырастивший 21 тонну картофеля, желает выяснить, на какие сегменты рынка рассчитывать при продаже своей продукции, чтобы получить максимум прибыли за свой урожай.

Сегмент А: частные мелкооптовые и розничные магазины. При этом необходимо, чтобы картофель был сортированным, мытым и расфасованным в 5 кг пакеты.

Сегмент Б: производственные кооперативы, которые принимают невымытый и не расфасованный продукт.

Сегмент В: продажа на месте населению и проезжающим автомобилистам, где продукт также будет продаваться в не расфасованном и невымытом, но сортированном виде.

Сегмент Г: продажа оптовым посредникам, которые требуют, чтобы картофель был сортирован, вымыт и расфасован в 25 кг мешки.

Определите прибыльность каждого сегмента.

Таблица с исходными данными

| Цена на продукцию и возможности сбыта | | | Затраты на производство и подготовку к реализации | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------------|---|------------------------------------|
| Сегмент | Цена за 1кг, руб. | Возможность продажи, кг | Статьи затрат | Затраты на единицу продукции, руб. |
| А | 17 | 15000 | Производство | 5 |
| Б | 11 | 4000 | Мытье | 3 |
| В | 17 | 1000 | Сортировка | 2,5 |
| Г | 16,5 | 20000 | Упаковка в 5 кг пакеты | 2 |
| | | | Упаковка в 25 кг пакеты | 1 |

4. Основные этапы комплексного исследования агропродовольственного рынка и возможностей фирмы

4.1. Определение интенсивности конкуренции на АПР. Приведите примеры

4.2. Методика проведения SWOT-анализа фирмы

4.3. Технология (этапы) разработки стратегии фирмы

4.4. **Задача:**

Частная инновационная хлебопекарня г. Воронеж при реализации «экологических сортов» хлеба «Здоровье» ориентируется на 3 основных сегмента: 1 - торговые сети «Перекресток», 2 - фирменные гастрономические магазины, 3 – центральный рынок.

В первом сегменте, при емкости рынка в данном сегменте 24 тыс. шт., объем продаж в прошлом году составил 8 тыс. буханок. По маркетинговым исследованиям прогнозируется, что в настоящем году емкость сегмента возрастет на 2%, а доля пекарни – на 5%. Во втором сегменте – доля пекарни составляет 6%, а объем продаж – 5 тыс. шт. Планируется увеличение емкости сегмента на 14% при сохранении доли пекарни в данном сегменте. В третьем сегменте емкость составляет 45 тыс. шт., доля пекарни – 18%. Изменений не предвидится.

Задание: определить объем продаж хлеба «Здоровье» пекарни в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** - ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все вопросы и задания билета. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников основной и дополнительной литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе на вопросы и выполнении заданий. Контролируемые компетенции демонстрируются на высоком уровне.

Оценка **«хорошо»** - ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все вопросы и задания билета. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по билету при незначительных упущениях при ответах и выполнении заданий. Контролируемые компетенции демонстрируются на хорошем уровне.

Оценка **«удовлетворительно»** - ставится при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов и заданий, понятийного аппарата и обязательной литературы. Контролируемые компетенции демонстрируются на посредственном уровне.

Оценка **«неудовлетворительно»** - ставится при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов и заданий. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа. Контролируемые компетенции не демонстрируются.