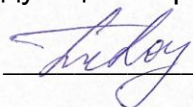


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой экономической теории  
и мировой экономики



д.э.н., проф. Т.Н.Гоголева  
18.05.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.16 Методы анализа рынков**

- 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:** кафедра экономической теории и мировой экономики
- 6. Составители программы:** Гоголева Т.Н., д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики; Костылева В.И., ст. преподаватель кафедры экономической теории и мировой экономики
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ от 20.04.2023 г., протокол №4
- 8. Учебный год:** 2026/2027 **Семестр:** 7

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- комплексное изучение отраслевого рынка промышленной продукции, потребителей товаров, поставщиков сырья, материалов и комплектующих, конкурирующих организаций-производителей продуктов-заменителей, оценивать уровень конкурентной борьбы, составлять обзоры конъюнктуры рынка;

- изучение принципов построения, анализа и оценки формализованных математических моделей, описывающих реальные рынки

Задачи учебной дисциплины:

- обосновать выбор методов сбора, обработки и анализа информации и их практического применения с учетом специфики исследуемых проблем;

- изучить методы и процедуры комплексных исследований рынков;

- изучить методы многомерного статистического анализа;

- освоить современное программное обеспечение статистической обработки и анализа многомерных данных;

- сформировать навыки проведения расчетов по статистическому обоснованию принимаемых решений.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Методы анализа рынков» относится к вариативной части блока Б1.

Дисциплина является последующей для таких дисциплин как «Микроэкономика», «Теория отраслевых рынков». Знания, полученные в ходе изучения дисциплины, используются для написания ВКР.

**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	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-3	Способен анализировать и интерпретировать данные отечественных и зарубежных источников информации, в том числе статистических, о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, готовить информационный обзор и/или аналитический отчет	ПК-3.1	Применяет методы сбора и обработки информации о экономических процессах в целях проведения исследований рынка и сегментации рынка	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы разработки и выполнения исследований рынка;</li> <li>- методы анализа и прогнозирования рынков</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать и проводить анализ рынка;</li> <li>- идентифицировать лидеров рынка, анализировать основные их характеристики, оценивать уровень рыночной власти</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количественными и качественными методами сбора рыночной информации;</li> <li>- методами анализа рыночной информации;</li> <li>- методами прогнозирования конъюнктуры рынка</li> </ul>
		ПК-3.3	Готовит информационный обзор и/или аналитический отчет на основе отечественных и зарубежных источников данных, выделяет тенденции социально-экономического развития, анали-	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические модели, позволяющие выявлять особенности функционирования рынков и фирм</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- воспроизводить алгоритм построения моделей</li> <li>- выделять и обосновывать исходные данные, определять предпосылки построения моделей</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стандартными приемами моделирования рыночных ситуаций для решения задач и реальных ситуаций</li> </ul>

			зирует потенциал организации;	
ПК-5	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы выполнять необходимые для составления экономических разделов 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;	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законы функционирования рынков и основы поведения экономических агентов;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать текущее состояние рынка;</li> <li>- определять доминирующие фирмы;</li> <li>- определять возможности входа/выхода на рынок</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выявления конкурирующих фирм, рыночных тенденций</li> </ul>
		ПК-5.2	Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- модели, учитывающие особенности поведения экономических агентов и рынков;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять результаты анализа рынка и прогноза в принятии решений;</li> <li>- определить поведенческую стратегию фирмы;</li> <li>- выделить факторы, определяющие направление развития фирмы на ранке и ее поведение</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными инструментами микроэкономического анализа, используемыми для оценки текущей ситуации на конкретном рынке</li> <li>- стандартными приемами решения практикоориентированных задач и практических ситуаций</li> </ul>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 ЗЕТ/ 108 час.**

**Форма промежуточной аттестации экзамен**

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам № семестра 7
Аудиторные занятия		48	48
в том числе:	лекции	16	16
	практические	32	32
Самостоятельная работа		24	24
Форма промежуточной аттестации		экзамен – 36час	экзамен – 36час
Итого:		108	108

**13.1. Содержание дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Введение. Структурная и приведенная форма. Определение границ рынка.	Этапы развития экономики отраслевых рынков. Структурная и приведенная формы уравнений в Ю. Антимонопольное законодательство. Концепция границ рынков. Разница в уровне цен и анализ корреля-	-

		ций. Анализ взаимозаменяемости. Подходы к определению границ многосторонних рынков.	
1.2	Оценка спроса.	Подходы к оценке спроса. Проблема эндогенности при оценке спроса и инструменты. Модели с гомогенными и дифференцированными товарами. AIDS (Almost Ideal Demand System). Вложенный логит (nested logit). Модель со случайными коэффициентами.	-
1.3	Производственная функция и оценка издержек фирмы.	Издержки в отчетности компании. Экономические и бухгалтерские издержки. Подходы к оценке функции издержек и производственной функции: особенности, ограничения. Решения проблемы эндогенности, случай нулевых инвестиций, решение проблем идентификации.	-
1.4	Модели рынков.	Совершенная конкуренция. Монополия. Модели олигополии. Монополистическая конкуренция. Модели современного рынка.	
1.5	Модели входа.	Модели входа на рынок. Двухпериодные модели входа. Модели входа с гомогенными и гетерогенными фирмами.	-
1.6	Идентификация поведения, направленного на ограничение конкуренции. Оценка ущерба от нарушений антимонопольного законодательства.	Рыночная власть. Структура-поведение-результат. Определение модели конкуренции на рынке. Выявление молчаливого сговора. Оценка ущерба от сговора. Оценка потерь прибыли. Аукционы.	-
<b>2. Практические занятия</b>			
2.1	Введение. Структурная и приведенная форма. Определение границ рынка.	Исследование товарных потоков. Разбор практических ситуаций для определения границ рынков.	-
2.2	Оценка спроса.	Выбор и применение методов оценки спроса в практических ситуациях.	-
2.3	Производственная функция и оценка издержек фирмы.	Определение издержек. Оценка производственной функции и ее частных случаев (функции выпуска, функции издержек, функции капитальных затрат)	-
2.4	Модели рынков.	Построение моделей рынков и интерпретация результатов.	
2.5	Модели входа.	Разбор практических ситуаций. Определение проблем входа на рынок.	-
2.6	Идентификация поведения, направленного на ограничение конкуренции. Оценка ущерба от нарушений антимонопольного законодательства.	Реформа тарифного регулирования. Проблемы внедрения стимулирующего тарифного регулирования (ценового потолка). Регулирование тарифов доступа. Процедуры доступа. Возможность установления «глобального ценового потолка». Организация торговли на дерегулированных сегментах рынка. Риски явного и молчаливого сговора, пути их нейтрализации. Проблемы предоставления «универсальных услуг». Альтернативы финансирования предоставления универсальных услуг. Краткая характеристика реформ в регулируемых отраслях России.	-

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Введение. Структурная и приведенная форма. Определение границ рынка.	2	4	4	10
2	Оценка спроса.	2	8	4	14
3	Производственная функция и оценка издержек фирмы.	2	4	4	10
4	Модели рынков.	6	8	4	18
5	Модели входа.	2	4	4	10
6	Идентификация поведения, направленного на ограничение конкуренции. Оценка ущерба от нарушений антимонопольного законодательства.	2	4	4	10
	Итого:	16	32	24	72

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций и систематического конспектирования учебного материала. освоение и осмысление терминологии изучаемой дисциплины. Материалы лекционных занятий следует своевременно подкреплять проработкой соответствующих разделов в учебниках, учебных пособиях, научных статьях и монографиях, в соответствии со списком основной и дополнительной литературы. Дополнительная проработка изучаемого материала проводится во время практических занятий, в ходе которых анализируется и закрепляется основные знания, полученные по дисциплине.

На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий.

Самостоятельная работа предполагает выполнение тестовых заданий, решение задач, написание докладов и рефератов, рецензирование текстов, подготовку к экзамену.

Изучение дисциплины предполагает наличие текущих и промежуточной аттестаций.

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Микроэкономика. Элементы продвинутого уровня : учебное пособие : [в 2 ч.] / Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2020- .— ISBN 978-5-9273-2840-6. Ч. 1 / [В.В. Матершева и др.] .— 2020 .— 238 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — Библиогр.: с. 235-236 .— ISBN 978-5-9273-2841-3.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Конкуренция и конкурентная политика: на стыке будущего и прошлого : материалы конференций / А.Е. Шаститко, А.А. Курдин, О.А. Маркова, А.И. Мелешкина, А.А. Моросанова, Н.С. Павлова, А.А. Шпакова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации .— Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019 .— 69 с. : граф. — (Научные доклады: экономика) .— Библиогр. в кн .— <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-7749-1433-3 .—

	<URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563579">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563579</a> >.
2	Антимонопольная политика на связанных рынках: теория и практика : сборник научных трудов / С.Б. Авдашева, С.В. Голованова, П.В. Крючкова, Е.Н. Кудряшова, А.И. Мелешкина, К.А. Сухорукова, Г.Ф. Юсупова, А.А. Шаститко, Н.С. Павлова, А.Е. Шаститко ; под ред. С. Б. Авдашева ; под ред. А. Е. Шаститко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации ; Институт прикладных экономических исследований (ИПЭИ) .— Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018 .— 441 с. : табл., граф. — Библиогр. в кн .— <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-7749-1321-3 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563599">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563599</a> >.
3	Конкуренция и антимонопольное регулирование : Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. и юр. спец. и напр. / С. Б. Авдашева, В. А. Аронин, Ф. Ф. Стерликов; Под ред. А. Г. Цыганова .— М. : Логос, 1999 .— 366,[1] с. — ISBN 5-88439-030-0 : 35.00.

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

№ п/п	Ресурс
1	Электронно-библиотечная система "Лань" - <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online" - <a href="https://lib.vsu.ru/url.php?url=http://biblioclub.ru/">https://lib.vsu.ru/url.php?url=http://biblioclub.ru/</a>
3	Образовательный портал "Электронный университет ВГУ". - <a href="https://edu.vsu.ru">https://edu.vsu.ru</a>

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)**

№ п/п	Источник

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

ПО: Win7, MS Office Профессиональный плюс 2010

Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (работу на образовательном портале «Электронный университет ВГУ»).

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Учебная аудитория / специальное помещение для занятий лекционного типа	Мультимедиа-проектор, экран для проектора, ПК, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры с выходом в сеть Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)

**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.	Введение. Структурная и приведенная форма. Определение границ рынка.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1	КИМ №1,2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
			ПК – 5.2	
2.	Оценка спроса.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1 ПК – 5.2	<i>КИМ №1,2</i>
3.	Производственная функция и оценка издержек фирмы.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1 ПК – 5.2	<i>КИМ №1,2</i>
4.	Модели рынков.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1 ПК – 5.2	<i>КИМ №1,2</i>
5.	Модели входа.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1 ПК – 5.2	<i>КИМ №1,2</i>
6.	Идентификация поведения, направленного на ограничение конкуренции. Оценка ущерба от нарушений антимонопольного законодательства.	ПК – 3 ПК - 5	ПК – 3.1 ПК – 3.3 ПК – 5.1 ПК – 5.2	<i>КИМ №1,2</i>
Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен				<i>КИМ №3</i>

Уровень знаний студента определяется оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

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.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Неполных и слабо аргументированный ответ, демонстрирующий общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание студентом существа экзаменационных вопросов. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

## 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:

#### КИМ №1

##### Задачи по дисциплине (пример)

1. Предположим, функция полезности для двух товаров ( $x$  и  $y$ ) выглядит следующим образом:  $U=500x + 1200y - 0,5x^2$ .

Найдите оптимальную структуру потребления, если известно, что цена единицы первого товара  $P_x = 200$  руб./физ.ед., цена единицы второго товара  $P_y = 600$  руб./физ.ед., доход потребителя равен 40 000 руб.

2. Обоснуйте оптимальные объемы предложения продукции фирмы на рынке, если известно, что объем предложения товара, так же как и объем спроса могут колебаться от 5 до 10 физ.ед. товара. Цена товара равна 20, себестоимость товара равна 15. Стоимость нереализованных товаров на распродаже равна 8. Обоснуйте выбор критерия, по которому будет найдено оптимальное решение. В случае использования критерия Гурвица обоснуйте значение параметра  $h$ .

3. Число клиентов, приходящих в парикмахерскую в течение часа колеблется от 0 до 5. Вероятность прихода клиентов равна, соответственно 0,15; 0,20; 0,35; 0,15; 0,10; 0,05. Число клиентов, обслуживаемых в течение часа равно двум. Продолжительность рабочего дня 8 часов. Разработайте имитационную модель очереди в парикмахерскую, используя информацию из третьей строки таблицы случайных чисел.

4. Входящий поток заявок описывается пуассоновским законом, а время обслуживания – экспоненциальным. Интенсивность входящего потока – 5 требований в день, в течение одного рабочего дня один мастер успевает починить три механизма. Убытки от простоя одного мастера  $C_m = 2\ 000$  руб., а убытки от простоя прибора  $C_n = 5\ 000$  руб. Обоснуйте оптимальное количество обслуживающего персонала ремонтной мастерской.

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 решение имеет неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту при неполном решении задачи.

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

#### КИМ №2

##### Темы докладов

1. Целесообразность изучения тенденций изменения потребительского спроса с применением нормативного подхода.

2. Преимущества и недостатки методов эмпирического подхода к прогнозированию потребительского спроса.

3. Факторальные нормы потребления.

4. Принципиально неустойчивые стратегии потребления отдельных товаров в условиях расширяющейся сферы производства и потребления.

5. Метод исторических аналогий.

6. Целесообразность введения в модель межотраслевого баланса ограничений на ресурсы.

7. Как скорректировать модельные построения для лучшего отображения реальной ситуации.

8. Возможные области применения оптимизационных моделей.

9. Примеры использования теории двойственности в задачах исследования конъюнктуры рынка.



10. Направления применения оптимизационных моделей при анализе товарных рынков.
11. Возможности применения системного подхода при анализе рыночных процессов и явлений.
12. Экономико-математические методы применяются при анализе рыночной конъюнктуры.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если данные доклада актуальны, проведен анализ, сделаны обоснованные выводы, даны уверенные ответы на вопросы слушателей;
- оценка «хорошо», если данные доклада актуальны, проведен анализ, сделаны обоснованные выводы, есть отдельные неточности, представлены ответы на вопросы слушателей;
- 
- оценка «удовлетворительно», если данные доклада не актуальны или проведен поверхностный анализ проблемы, выводы есть, но не все являются обоснованными, представлены ответы на вопросы слушателей;
- оценка «неудовлетворительно», если содержание доклада не отражает его темы, данные не актуальны, проведен поверхностный анализ проблемы, доклад не имеет структуры, нет выводов, не даны ответы на вопросы слушателей.

### **20.2. Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация предполагает 2 этапа. Первый этап – проведение письменной работы, включающей тестовые задания и задания с открытыми вопросами. Второй этап – отчет о проведении исследования текущего состояния рынка и анализ тенденций его развития

20.2.1. Тестовые задания и задания с открытыми вопросами для промежуточной аттестации по дисциплине (вставить до 10 вопросов из ФОС)

1) закрытые вопросы (средний уровень сложности)

**ЗАДАНИЕ 1.** Емкостью рынка называется:

- объём реализованного товара, аналогичного тому, который производит фирма, в течение заданного промежутка времени;
- количество товара, реализуемого фирмой на определенном рынке в ограниченный промежуток времени;
- удельный вес объема продаж фирмы в общем объеме продаж товаров одного ассортимента на отдельном сегменте рынка.

**ЗАДАНИЕ 2.** Рыночной долей называется:

- удельный вес объема продаж фирмы в общем объеме продаж товаров одного ассортимента на ограниченном сегменте рынка;
- объём реализованного товара, аналогичного тому, который производит фирма, в течение заданного промежутка времени;
- количество товара, реализуемого фирмой на определенном рынке в ограниченный промежуток времени.

**ЗАДАНИЕ 3.** Повторяющийся сбор данных в одной группе через равные промежутки времени – это:

- панель;
- интервью;
- эксперимент.

2) открытые вопросы (повышенный уровень сложности)

**ЗАДАНИЕ 1.** Потенциальная \_\_\_\_\_ рынка - это общее количество товаров (услуг), которое может быть куплено потребителем за определенный период.

Запишите существительное.

**ЗАДАНИЕ 2.** \_\_\_\_\_ - это процесс сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности.

Запишите существительное.

**ЗАДАНИЕ 3.** \_\_\_\_\_ анализ— вид ситуационного анализа, позволяющий оценить текущую и будущую конкурентоспособность товара компании на рынке с помощью анализа внутренней и внешней среды организации. Запишите аббревиатуру.

**Критерии и шкалы оценивания:**

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

20.2.2. Второй этап промежуточной аттестации по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

**КИМ №3**

Практическое задание: исследование текущего состояния рынка и анализ тенденций развития рынка.

1. Определить границы выбранного рынка.
2. Выбрать и применить доступные методы для оценки спроса на выбранном рынке.
3. Определить издержки. Оценить производственную функцию (функцию выпуска, функции издержек, функции капитальных затрат).
4. Определить проблемы входа/выхода на рынок.
5. Рассчитать показатели рыночной концентрации.
6. Построить модель рынка и описать полученные результаты.
7. Определить бизнес-возможности, предоставляемые данным рынком.

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если данные исследования актуальны, проведен полный анализ, соответствующий плану, сделаны обоснованные выводы, даны уверенные ответы на вопросы слушателей;

- оценка «хорошо», если данные исследования актуальны, проведен анализ, сделаны обоснованные выводы, есть отдельные неточности, представлены ответы на вопросы слушателей;

- оценка «удовлетворительно», если данные исследования не актуальны или проведен поверхностный анализ рынка, не представлена модель рынка, выводы есть, но не все являются обоснованными, представлены ответы на вопросы слушателей;

- оценка «неудовлетворительно», если содержание исследования не соответствует плану, данные не актуальны, проведен поверхностный анализ рынка, отсутствуют самостоятельные расчеты, не представлена модель рынка, нет выводов, не даны ответы на вопросы слушателей.

#### Описание технологии проведения

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, позволяющие оценить степень сформированности умений и навыков,

При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

*Задания раздела 20.2.1. рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины (См. Приложение)*

Комплект диагностических заданий по дисциплине  
Методы анализа рынков

ПК-3. Способен анализировать и интерпретировать данные отечественных и зарубежных источников информации, в том числе статистических, о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, готовить информационный обзор и/или аналитический отчет

3.1. Применяет методы сбора и обработки информации о экономических процессах в целях проведения исследований рынка и сегментации рынка

3.3. Готовит информационный обзор и/или аналитический отчет на основе отечественных и зарубежных источников данных, выделяет тенденции социально-экономического развития, анализирует потенциал организации.

ПК-5. Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, анализировать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами

5.1. Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, проводит расчеты и анализирует текущую рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм

5.2. Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы.

### Перечень заданий для проверки сформированности компетенции

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности) 23:

ЗАДАНИЕ 1. Какого метода анализа рынков не существует?

- спектральный анализ;

- Бенчмаркинг;
- SWOT-анализ;
- Матричный метод Портера;
- PEST-анализ;
- SNW-анализ.

ЗАДАНИЕ 2. Для панельного исследования как метода сбора первичной информации характерно...

- повторные опросы одних и тех же респондентов и возможность наблюдения изменений
- участие в опросах интервьюеров
- проведение опросов от случая к случаю, по мере необходимости
- более низкое качество собираемой информации

ЗАДАНИЕ 3. Что показывает коэффициент корреляции?

- насколько сильно тот или иной фактор влияет на анализируемую рыночную категорию

- на сколько процентов изменится спрос при изменении фактора на один процент
- на сколько единиц изменится спрос при изменении фактора на одну единицу
- на сколько единиц изменится спрос при изменении фактора на 10%

ЗАДАНИЕ 4. Для выявления покупательских предпочтений предпочтительнее всего:

- анкетный опрос
- контент-анализ прессы

- моментные обследования магазинов
- эксперимент

ЗАДАНИЕ 5. Структуру выборочной совокупности для маркетингового исследования можно сформировать с помощью метода:

- наблюдения

- фокус- группы
- «снежного кома»
- типичного представителя

ЗАДАНИЕ 6. Что показывает коэффициент корреляции?

- насколько сильно тот или иной фактор влияет на анализируемую рыночную категорию

- на сколько процентов изменится спрос при изменении фактора на один процент
- на сколько единиц изменится спрос при изменении фактора на одну единицу
- все ответы неверны

ЗАДАНИЕ 7. Вторичные данные— это:

- информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями;

- информация, полученная из посторонних источников;
- второстепенная информация;
- перепроверенная информация.

ЗАДАНИЕ 8. К источникам получения первичных данных в исследованиях рынка относят:

- опрос;

- интернет;
- средства массовой информации;
- производственные сводки.

ЗАДАНИЕ 9. Результаты маркетинговых исследований рынка фирма непосредственно использует:

- при планировании своей деятельности как в текущем, так и в перспективном периоде;

- при разработке мер воздействия на макросреду фирмы;
- при выборе рациональной системы организации производства товаров;
- при выборе рациональной системы организации производства товаров.

ЗАДАНИЕ 10. Конкурентоспособность продукции определяется:

- показателями качества и цены;

- показателями качества;
- показателями цены;
- длительностью жизненного цикла продукта.

ЗАДАНИЕ 11. Обращение продукта как товара осуществляется в результате

- перемещения продукта из сферы производства;

- актов продажи продукта конечному покупателю-потребителю;
- процессов товародвижения;
- коммерческих актов.

ЗАДАНИЕ 12. Товарную стратегию нужно изменять:

- в зависимости от прогнозов изменения рыночной ситуации;

- в соответствии с изменением конъюнктуры спроса на товар;

- с учетом интересов возможных новых партнеров фирмы;
- если этого требуют конкретные потребители.

ЗАДАНИЕ 13. Если спрос характеризует состояние рынка, когда значительная его часть не принимает товар вплоть до согласия заплатить определенную цену за отказ от его использования, этот спрос носит название:

- отрицательного;
- скрытого;
- отсутствующего.

ЗАДАНИЕ 14. Если спрос характеризует состояние, при котором рынок не проявляет никакого интереса к товару, этот спрос носит название:

- отсутствующего;
- скрытого;
- отрицательного.

ЗАДАНИЕ 15. Если спрос характеризуется сокращением товарного рынка, этот спрос носит название:

- падающего;
- отрицательного;
- нерегулярного.

ЗАДАНИЕ 16. Если спрос характеризуется сезонными, ежедневными и т.п. колебаниями, этот спрос носит название:

- нерегулярного;
- падающего;
- отрицательного.

ЗАДАНИЕ 17. Если спрос характеризуется превышением своей величины над возможностями и желанием предприятия по его удовлетворению, этот спрос носит название:

- чрезмерного;
- полноценного;
- иррационального.

ЗАДАНИЕ 18. Если на рынке существует спрос на продукты, вредные для здоровья, или нерациональные с точки зрения общества, этот спрос носит название:

- иррационального;
- полноценного;
- чрезмерного.

ЗАДАНИЕ 19. Потребность, подкрепленная покупательской способностью, называется:

- спросом;
- нуждой;
- запросом.

ЗАДАНИЕ 20. Совокупность людей (хозяйствующих субъектов) со схожими потребностями в отношении конкурентного товара, достаточными ресурсами, готовностью и возможностью покупать называется:

- потенциальным рынком;
- рынком сбыта продукции;
- товарным рынком.

ЗАДАНИЕ 21. Емкостью рынка называется:

- объём реализованного товара, аналогичного тому, который производит фирма, в течение заданного промежутка времени;

- количество товара, реализуемого фирмой на определенном рынке в ограниченный промежуток времени;
- удельный вес объема продаж фирмы в общем объеме продаж товаров одного ассортимента на отдельном сегменте рынка.

ЗАДАНИЕ 22. Рыночной долей называется:

- удельный вес объема продаж фирмы в общем объеме продаж товаров одного ассортимента на ограниченном сегменте рынка;
- объем реализованного товара, аналогичного тому, который производит фирма, в течение заданного промежутка времени;
- количество товара, реализуемого фирмой на определенном рынке в ограниченный промежуток времени.

ЗАДАНИЕ 23. Повторяющийся сбор данных в одной группе через равные промежутки времени – это:

- панель;
- интервью;
- эксперимент.

2)открытые вопросы (повышенный уровень сложности) 22

ЗАДАНИЕ 1. Потенциальная \_\_\_\_\_ рынка - это общее количество товаров (услуг), которое может быть куплено потребителем за определенный период.

Запишите существительное.

**Ответ: емкость**

ЗАДАНИЕ 2. \_\_\_\_\_ - это процесс сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности.

Запишите существительное.

**Ответ: бенчмаркинг**

ЗАДАНИЕ 3. \_\_\_\_\_ анализ— вид ситуационного анализа, позволяющий оценить текущую и будущую конкурентоспособность товара компании на рынке с помощью анализа внутренней и внешней среды организации.

Запишите аббревиатуру.

**Ответ: SWOT**

ЗАДАНИЕ 4. Матрица \_\_\_\_\_ - модель анализа стратегических возможностей компании. Анализируются несколько факторов: угроза появления на рынке новых конкурентов; рыночная власть покупателей; рыночная власть поставщиков; наличие товаров-заменителей; существующая конкуренция.

**Ответ: Портера**

ЗАДАНИЕ 5. \_\_\_\_\_-анализ — это модель для исследования внешнего окружения компании. Чтобы выполнить анализ, нужно описать четыре группы факторов (политические, экономические, социальные, технологические), которые могут повлиять на предприятие.

Запишите аббревиатуру.

**Ответ: PEST**

ЗАДАНИЕ 6. \_\_\_\_\_ распределение – одна из стратегий сбыта, используемая при определении численности торговых посредников, которых меньше, чем в случае интенсивного

распределения. Данная стратегия основана на реализации продуктов компаний через ограниченное число торговых точек.

**Ответ: селективное**

ЗАДАНИЕ 7. \_\_\_\_\_ рынка — это потенциальный спрос на ваш продукт в конкретном месте за отдельный период.

**Ответ: емкость**

ЗАДАНИЕ 8. \_\_\_\_\_ рынка = объем продаж анализируемой компании / общий объем продаж на рынке x 100%

**Ответ: доля**

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный ответ. В каких пределах находится величина показателя монопольной власти – коэффициент Лернера? от \_ до \_ . Укажите два числа без пробелов и каких-либо знаков.

**Ответ: 01**

ЗАДАНИЕ 10. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из \_\_\_\_\_ цены.

**Ответ: уровня**

ЗАДАНИЕ 11. Все условия Парето – оптимальности соблюдаются только при \_\_\_\_\_ . Укажите тип рынка.

**Ответ: совершенной конкуренции**

ЗАДАНИЕ 12. Значение коэффициента рыночной \_\_\_\_\_ в интервале от 45% до 70% свидетельствует об умеренном уровне концентрации товарного рынка.

**Ответ: концентрации**

ЗАДАНИЕ 13. Выберите правильный ответ. Изучение отраслевых рынков с позиций определенного товара и определение границ рынка данного товара было предложено \_\_\_\_\_ . Укажите фамилию ученого.

**Ответ: Робинсоном**

ЗАДАНИЕ 14. Индекс, который показывает среднюю долю фирм, действующих на рынке, по натуральному алгоритму обратной ей величине, называется индексом \_\_\_\_\_ .

**Ответ: энтропии**

ЗАДАНИЕ 15. Коэффициент \_\_\_\_\_ выводится исходя из соотношения экономической прибыли и собственного капитала.

**Ответ: Бейна**

ЗАДАНИЕ 16. Монопольно высокой \_\_\_\_\_ товара является цена, устанавливаемая занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом.

**Ответ: ценой**

ЗАДАНИЕ 17. Один продавец на рынке, где не существует близких продуктов-заменителей товара, - это \_\_\_\_\_ .

Укажите тип рынка.

**Ответ: монополия**

ЗАДАНИЕ 18. \_\_\_\_\_ - это рынок, на котором относительно небольшое число продавцов обслуживает много покупателей.



Укажите тип рынка.

**Ответ:** олигополия

ЗАДАНИЕ 19. \_\_\_\_\_ дифференциация — предложение продуктов с характеристиками и/или дизайном лучшими, чем у конкурентов.

**Ответ:** продуктовая

ЗАДАНИЕ 20. \_\_\_\_\_ дифференциация — предложение продуктов с характеристиками и/или дизайном лучшими, чем у конкурентов.

**Ответ:** продуктовая

ЗАДАНИЕ 21. На основе разницы между ценой и предельными издержками рассчитывается индекс \_\_\_\_\_.

**Ответ:** Лернера

ЗАДАНИЕ 22. Индекс \_\_\_\_\_ – это показатель монопольной власти, который равен надбавке над предельными издержками в процентах от цены.

**Ответ:** Лернера

#### **Критерии и шкалы оценивания:**

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

##### 1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

##### 2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.
- 0 баллов – задание не выполнено или выполнено неверно (ход выполнения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее его изучение).

