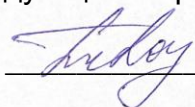


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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.08 Агропродовольственные рынки**

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.04.01 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:** Чарыкова Ольга Генсановна, д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ от 20.04.2023 г., протокол №4
- 8. Учебный год:** 2025/2026 **Семестр:** 5,6

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у обучающихся способности собирать и систематизировать данные, анализировать показатели, исследовать состояние агропродовольственного рынка для оценки бизнес-возможностей и разработки рыночных стратегий организаций.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать аналитические способности для отбора данных и проведения расчетов социально-экономических показателей агропродовольственного рынка;
- развить способности к выбору источников информации (внешних и внутренних) и обоснованию показателей для анализа текущего и прогнозного состояния конъюнктуры агропродовольственного рынка;
- привить навыки комплексного исследования агропродовольственного рынка и способности оценки эффективности рыночной деятельности фирмы;
- закрепить навыки оценки бизнес-возможностей фирм и умения выбора наилучших рыночных стратегий.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Б1.В.08 «Агропродовольственные рынки» относится к вариативной части Блока 1 ОП.

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 – 2 | Способен собрать и проанализировать данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих товарные, факторные и финансовые рынки, на которых осуществляется деятельность хозяйствующих субъектов | ПК 2.1 | Собирает и анализирует данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих структуру и конъюнктуру рынка | Знать: Структуру и особенности функционирования агропродовольственного рынка Уметь: собирать данные для расчета показателей, 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 внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры | Знать: методы сбора и способы систематизации качественных и количественных данных внешних и внутренних источников информации Уметь: обосновывать и анализировать показатели текущей и прогнозной конъюнктуры агропродовольственного рынка Владеть: навыками выбора методов, обоснования показателей и интерпретации результатов текущей и прогнозной конъюнктуры агропродовольственного рынка (по товарным группам) |
| 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 | ПК 5.1 | Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, проводит расчеты и анализирует текущую рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм | Знать: методики и инструменты 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 целе- | 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 |

| | | |
|-------------------------------------|--|---|
| принятыми в организации стандартами | выми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы | Владеть: навыками разработки рыночной стратегии позиционирования фирмы на целевых сегментах агропродовольственного рынка |
|-------------------------------------|--|---|

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.— 6 ЗЕТ/216 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 | 86 | 54 | 32 |
| в том числе: лекции | 34 | 18 | 16 |
| Практические | 52 | 36 | 16 |
| Самостоятельная работа | 94 | 54 | 40 |
| Форма промежуточной аттестации | 36 | Зачёт | экзамен – 36 |
| Итого: | 216/6 | 108/3 | 108/3 |

13.1. Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины | Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК* |
|--------------------------------|---|--|---|
| 1. Лекции | | | |
| 1.1 | Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР | 1.1.1. Основные понятия, принципы, функции, структура и особенности АПР 1.1.2. Конъюнктура АПР: понятие, исходные данные, показатели 1.1.3. Сегментирование рынка АПР и позиционирование фирмы 1.1.4. Цена и ценообразование на АПР | - |
| 1.2 | Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка | 1.2.1. Система маркетинговой информации (СМИ) 1.2.2. Методы сбора, систематизации и обработки информации 1.2.3. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры | - |
| 1.3. | Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм | 1.3.1. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы 1.3.2. Позиции фирмы на конкурентном рынке | - |
| 1.4. | Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | 1.4.1. Стратегическое и операционное планирование рыночной деятельности фирмы 1.4.2. Методики оценки бизнес-возможностей фирм 1.4.3. Разработка стратегии фирмы на целевых сегментах | |
| 2. Практические занятия | | | |
| 2.1 | Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР | 2.1.1. Основные понятия, принципы, функции, структура и особенности АПР 2.1.2. Конъюнктура АПР: понятие, исходные данные, показатели 2.1.3. Сегментирование рынка АПР и позиционирование фирмы 2.1.4. Цена и ценообразование на АПР | - |
| 2.2 | Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка | 2.2.1. Система маркетинговой информации (СМИ) 2.2.2. Методы сбора, систематизации и обработки информации 2.2.3. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры | - |
| 2.3. | Комплексное исследование АПР и эффективность | 2.3.1. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы | |

| | | | |
|------|---|--|---|
| | деятельности фирм | 2.3.2.Эффективность фирмы на конкурентном рынке | |
| 2.4. | Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | 2.4.1. Стратегическое и операционное планирование рыночной деятельности фирмы 2.4.2. Методики оценки бизнес-возможностей фирм 2.4.3. Разработка стратегии фирмы на целевых сегментах | - |

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Виды занятий (количество часов) | | | |
|--------|---|---------------------------------|--------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические | Самостоятельная работа | Всего |
| 1 | Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР | 8 | 16 | 24 | 48 |
| 2 | Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка | 10 | 20 | 30 | 60 |
| 3 | Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм | 6 | 10 | 20 | 36 |
| 4 | Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | 10 | 6 | 20 | 36 |
| Итого: | | 34 | 52 | 94 | 180 |

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины: Основой успешного освоения дисциплины является работа с конспектами лекций, с основной рекомендуемой литературой по дисциплине, полное и своевременное выполнение практических заданий по всем разделам дисциплины, полученным в ходе практических занятий. Основное внимание в самостоятельной работе студентам необходимо уделить изучению оригинальных теоретических исследований, относящихся к различным направлениям фундаментальной экономической науки. Задания текущей аттестации включают разнообразные практические задания (контрольная работа, коллоквиумы, тестирование, дискуссии по научной проблеме развития АПР), ориентируют студентов на активную работу в течение семестра и достижение необходимого уровня освоения компетенций.

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

а) основная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 1 | <i>Розанова, Н. М.</i> Теория отраслевых рынков: продвинутый уровень : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16056-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530355 (дата обращения: 27.06.2023). |
| 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 | Казарова, А. Я. Развитие и формирование рынков сельскохозяйственной продукции : учебное пособие / А. Я. Казарова, А. Т. Айдинова, Е. А. Косинова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2021. — 76 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121698.html |

б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|---|
| 1 | Коротков, Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. В. Коротков. - Электрон. дан. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 224 с. - (Профессиональное образование). - Режим доступа: https://www.biblio-online.ru . - Internet access. - <URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/444006 > . — <URL: https://www.biblio-online.ru/book/cover/A9133DF8-46B8-4539-B829-0D8FA2E5AA20 >. |

| | |
|---|--|
| 2 | Аграрные рынки: состояние, тенденции развития и государственное регулирование: монография / Е.В. Закшевская, О.Г. Чарыкова, Р.П. Белолипов и др.; под общей редакцией д. э. н., профессора Е.В. Закшевской – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2021. – 196 с. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48049343 |
| 3 | <i>Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агромаркетинга - брошюра</i> / 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 |
| 4 | 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 |
| 5 | Экономика отраслевых рынков / В.М. Джуха. — 3-е изд., стер. — М. : КноРус, 2014 . 284 с. — ISBN 978-5-406-03270-1. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252770 |
| 6 | «Невидимая рука» рынка. (The New Palgrave). Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена. Науч. ред. перевода – Н.А. Макашова. М.: ИД ГУ-ВШЭ. 2009. |

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

| № п/п | Ресурс |
|-------|---|
| 1 | ЭБС «Университетская библиотека “online” http://biblioclub.ru |
| 2 | Электронный каталог зональной научной библиотеки Воронежского государственного университета http://www.lib.vsu.ru/elib |
| 3 | <i>Агропродовольственные рынки</i> . Образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMC Moodle» https://edu.vsu.ru/ |

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 1 | <i>Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агромаркетинга - брошюра</i> / 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 с. https://rucont.ru/efd/590443 |
| 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):

Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.

Образовательный процесс по дисциплине поддерживается средствами электронной информационно-образовательной среды Университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплины (Образовательный портал "Электронный университет ВГУ". Режим доступа - <https://edu.vsu.ru/>), к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе, через личный кабинет обучающегося и преподавателя. Взаимодействие между участниками образовательного процесса реализуется, в том числе посредством сети Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

ПО: Win7, MS Office Профессиональный плюс 2010

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) |

Компьютерные презентации учебных курсов. Используются по всем лекционным темам и практическим занятиям

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 | Компетенция(и) | Индикатор(ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|---|---|--|---|--|
| 1. | Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР | ПК 2. Способен собрать и проанализировать данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих товарные, факторные и финансовые рынки, на которых осуществляется деятельность хозяйствующих субъектов | ПК 2.1. Собирает и анализирует данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих структуру и конъюнктуру рынка | <i>КИМ: задания 1,2,3,4</i> |
| 2. | Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка | ПК 2.2. Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных, внешних и внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры | ПК 2.2. Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных, внешних и внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры | <i>КИМ: задания 5,6,7</i> |
| 3. | Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм | 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 | <i>КИМ: задания 8,9</i> |
| 4. | Стратегическое планирование рыночной деятельности фирмы и разработка стратегии поведения фирмы на целевых сегментах АПР | ПК 5.2 Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы | ПК 5.2 Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы | <i>КИМ: задания 10,11,12</i> |
| Промежуточная аттестация форма контроля – 5 семестр зачет, 6 семестр экзамен | | | | <i>Вопросы для письменной работы. Перечень вопросов для собеседования 1-10</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: контрольно-измерительного материала с теоретическими вопросами для проведения собеседования (индивидуальный опрос, фронтальная беседа), контрольно-измерительного материала с практическими расчетными заданиями, тесты, междисциплинарная контрольная работа.

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

Критерии оценивания приведены ниже.

Комплект контрольно-измерительных материалов (КИМ) для текущего контроля (задания 1,2,3,4) по дисциплине Агропродовольственные рынки

Задание 1. Основные принципы, функции и особенности АПР.

Вариант 1

1. Раскройте понятие и особенности функционирования и дайте классификацию агропродовольственного рынка.
2. Приведите примеры «рынка продавца» и «рынка покупателя» в разных отраслях АПК.

Вариант 2

1. Охарактеризуйте основные и специальные функции агропродовольственного рынка.
2. Назовите внешние и внутренние факторы, позитивно и негативно влияющие на функционирование АПР.

Задание 2. Структура и конъюнктура АПР

Вариант 1

1. Представьте структуру агропродовольственного рынка (АПР).
2. Раскройте основные экономические законы, влияющие на формирование конъюнктуры агропродовольственного рынка.
3. Прокомментируйте формулу определения объема спроса и необходимые данные для расчета различных его видов.

Вариант 2

1. Охарактеризуйте понятие и дайте определение конъюнктуры АПР, раскройте структуру и основные элементы конъюнктуры АПР.
2. Назовите внешние и внутренние факторы, определяющие текущую и прогнозную конъюнктуру АПР
3. Охарактеризуйте понятие предложения как экономической категории, сформулируйте отраслевые особенности, назовите основные факторы формирования и показатели определения предложения

Задание 3. Сегментирование рынка и позиционирование товара.

Вариант 1

1. Раскройте понятие сегмента агропродовольственного рынка, назовите основные причины необходимости, критерии и признаки сегментирования рынка.
2. **Задача.** Крупный хлебозавод г. Воронеж при реализации «социального» хлеба ориентируется на 3 основных сегмента: 1 - торговые сети «Магнит», 2 - фирменные гастрономические магазины, 3 - центральный рынок.

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

Задание: определить объем продаж «социального хлеба» завода в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Вариант 2

1. Раскройте содержание категории «конкурентного преимущества товара фирмы, методы построения карт позиционирования и прокомментируйте необходимые для этого данные.
2. **Задача.** Фермерское хозяйство вырастило 25 тонн моркови и выбирает наиболее прибыльные, но ограниченные по емкости, чтобы получить максимум прибыли за весь урожай.
Сегмент 1: мелкооптовые и розничные магазины. Товар должен быть сортирован, вымыт и расфасован по 1 кг.
Сегмент 2: государственные хранилища. Морковь принимают невытой и нефасованной.
Сегмент 3: местное население и проезжающие автомобилисты. Морковь продается невытой и нефасованной.
Сегмент 4: оптовые посредники, требующие, чтобы товар был сортирован, вымыт и упакован в 25 кг мешки.
Задание: определить прибыльность каждого сегмента, спланировать объем продаж товара по сегментам и рассчитать максимально возможную прибыль от реализации продукции.

Исходные данные

| Цена на продукцию и емкости сегментов | | | Затраты на производство и подготовку к реализации | |
|---------------------------------------|--------------------------|----------------------|---|------------------------------|
| Сегмент | Цена реализации, за 1 кг | Емкость сегмента, кг | Статьи затрат | Затраты на единицу продукции |
| 1 | 10 | 15000 | производство | 3 |
| 2 | 7 | 4000 | мытьё | 2 |
| 3 | 10 | 1000 | сортировка | 1,5 |
| 4 | 9,5 | 20000 | упаковка в 1 кг пакеты | 2 |
| | | | упаковка в 25 кг пакеты | 1 |

Задание 4. Цена и ценообразование на АПР

Вариант 1

1. Раскройте понятие и основные этапы и особенности ценообразования в АПК. Дайте характеристику основным методам ценообразования на АПР.
2. **Задача** Закуплена партия языков крупного рогатого скота на 3000 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 таможенной стоимости партии без НДС, а курс ЕВРО и доллара на момент пересечения границы был 30 и 29 рублей соответственно.

Вариант 2

1. Прокомментируйте влияние внешних и внутренних факторов на формирование цены. Дайте характеристику основным методам ценообразования
2. **Задача** Определить оптовую цену 1 т молока для производства творога, оптовую цену 1 т творога, разницу между оптовой ценой молока для молочной промышленности и закупочной ценой.
 Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., расходы по производству и доставке готовой продукции – 100 руб., рентабельность производства составляет 12 % себестоимости творога, стоимость используемых отходов – 20 руб., торговая скидка – 8 % розничной цены, расход молока на 1 т творога – 6 т, закупочная цена 1 т молока – 360 руб

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если правильно решены 2 задачи и даны правильные ответы на 5-7 вопроса
- оценка «хорошо», если правильно решены 2 задачи и даны правильные ответы на 4 вопроса или решена 1 задача и даны правильные ответы на 7 вопросов
- оценка «удовлетворительно», если решены 2 задачи и даны правильные ответы на 2-3 вопроса или решена 1 задача и даны правильные ответы на 6 вопросов
- оценка «неудовлетворительно», если задачи не решены или решена 1 задача и даны правильные ответы менее, чем на 4 вопроса

по дисциплине Агропродовольственные рынки

Задание 5 Система маркетинговой информации (СМИ)

Вариант 1

1. Сформулируйте понятие данных в маркетинговых исследованиях и назовите этапы обращения и преобразования сигналов. Охарактеризуйте качественные методы сбора информации.
2. *Задача.* Используя данные, приведенные в таблице, постройте графики спроса и предложения на картофель в Воронеже в сентябре, определите равновесную цену. Рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, эластичность спроса и предложения.

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

Вариант 2

1. Охарактеризуйте понятие, раскройте систему внешней информации и перечислите основные источники внешней информации.
Задача. Используя табличные данные и метод балловых оценок и данные в таблице, определите розничную цену полевых радиостанций «Philips» и «Scarlett», если для расчета себестоимости одного балла была принята радиостанция «Philips», себестоимость которого 8000 р. Балловая оценка параметров указана, представлена в табл.

| Марка | Долговечность | Надежность | Дизайн | Сумма баллов |
|------------|---------------|------------|--------|--------------|
| «Philips» | 42 | 20 | 28 | 90 |
| «Scarlett» | 40 | 25 | 31 | 96 |

Уровень рентабельности радиостанции «Philips» составляет 25 % себестоимости, «Scarlett» – 30 % себестоимости; НДС – 18 %; торговая надбавка – 15 %.

Задание 6 Методы сбора, систематизации и обработки информации

Вариант 1

1. Раскройте основные методы сбора информации для исследования АГР
2. *Задача.* 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.

Вариант 2

1. Раскройте основные виды и технологии проведения количественных исследований АГР
2. *Задача.* Согласно данным статистики, потребление молока и молочных продуктов в нашей стране с 2010 г. по настоящее время возросло на 20% и составило 262 л в год. Насколько возросла емкость рынка Самары в натуральном выражении, если в 2010 г. численность населения города была 1257 тыс. человек, а на сегодняшний день — 1300 тыс. человек?

Задание 7 Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры

Вариант 1

1. Раскройте содержание справочной, нормативной, рекомендательной и сигнальной информации анализа конъюнктуры АГР
2. *Задача.* Рациональная норма потребления овощей составляет 140 кг на душу населения в год. Фактическое потребление овощей в 2020 году в Воронежской области составило 110 кг на душу населения. Рассчитайте фактическую емкость рынка (объем фактического потребления овощей населением области в 2020 г.), а также объем потенциального (по ра-

циональной 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.

Вариант 2

1. Охарактеризуйте понятия и различия первичной, вторичной и производной информации, источники и методы из сбора

2. **Задача.** Рациональная норма потребления картофеля составляет 90 кг на душу населения в год. Фактическое потребление картофеля в 2021 г. в Курской области составило 132 кг на душу населения. Рассчитайте фактическую емкость рынка (объем фактического потребления картофеля населением области в 2021 г.), а также объем потенциального (по рациональной норме) предложения картофеля на рынке, если численность населения области в 2014 г. составляла 1117,4 тыс. чел. Сделайте вывод об избытке или недостатке потребления картофеля.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если правильно решены 3 задачи и даны правильные ответы на 2-3 вопроса или правильно решены 2 задачи и даны правильные ответы на 3 вопроса

- оценка «хорошо», если правильно решены 3 задачи и дан правильный ответ на 1 вопрос или решены 2 задачи и даны правильные ответы на 2 вопроса

- оценка «удовлетворительно», если решены 2 задачи и даны правильные ответы на 2 вопроса или решена 1 задача и даны правильные ответы на 3 вопроса

- оценка «неудовлетворительно», если задачи не решены или решена 1 задача и даны правильные ответы менее, чем на 3 вопроса

Комплект контрольно-измерительных материалов (КИМ) для текущего контроля (задания 8,9) по дисциплине Агропродовольственные рынки

Задание 8 Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы

Вариант 1

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

2. Назовите и прокомментируйте основные показатели рыночной власти фирмы

Вариант 2

1. Раскройте содержание рыночной концентрацией (концентрацией продавцов или покупателей) на АПР

2. Прокомментируйте основные подходы к определению барьеров входа-выхода фирмы на отраслевой рынок

Задание 9 Комплексная задача по исследованию агропродовольственного рынка и эффективности функционирования рыночных субъектов

Вариант 1. Статистическая информация по Центральному ФО по рынку молока

Вариант 2. Статистическая информация по Южному ФО по рынку овощей

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 произ-водства | 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

Таблица 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 | Области 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 | Области ФО | Емкость фактическая | Емкость рынка потенциальная | Уровень насыщения рынка | Сальдо ввоза-вывоза | Возможности расширения рынка |
|------|------------|---------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------|------------------------------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| | | | | | | |
| ФО | | | | | | |

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если правильно решена комплексная задача и даны правильные ответы на 1-2 вопроса

- оценка «хорошо», если правильно решена комплексная задача с неполным расчетом по 1-й таблице или допущены технические погрешности и даны правильные ответы на 1-2 вопроса
- оценка «удовлетворительно», если решена комплексная задача с ошибками и дан правильный ответ на 1 вопрос
- оценка «неудовлетворительно», если комплексная задача не решена

**Комплект контрольно-измерительных материалов (КИМ)
для текущего контроля (задания 10,11,12)
по дисциплине Агропродовольственные рынки**

Задание 10 Стратегическое и операционное планирование рыночной деятельности фирмы

Вариант 1

1. Раскройте содержание и назовите особенности стратегического планирования на предприятиях АПК
2. Охарактеризуйте стратегический и операционный маркетинг предприятий АПК

Вариант 2

1. Покажите роль и значение маркетинга на предприятиях АПК
2. Раскройте концептуальная схема стратегического поведения предприятия

Задание 11 . Методики оценки бизнес-возможностей фирм

Вариант 1

1. Раскройте основные составные Блока «Поведение фирм» по схеме Гарвардской парадигме результативности рынка
2. Опишите методику проведения и формирования матрицы SWOT-анализ фирмы

Вариант 2

1. Перечислите основные методики оценки конкурентоспособности и бизнес возможностей
2. Охарактеризуйте методику проведения PEST- анализ рынка

Задание 12 Разработка стратегии фирмы на целевых сегментах

Вариант 1

1. Раскройте сущность и содержание рыночной стратегии фирмы
2. Охарактеризуйте внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование стратегии

Вариант 2

1. Раскройте основные стратегии фирмы на целевых сегментах
2. Охарактеризуйте технологию (этапы) разработки стратегии

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если даны правильные ответы на 6 вопросов;
- оценка «хорошо», если даны правильные ответы на 5 вопросов;
- оценка «удовлетворительно», если даны правильные ответы на 4 вопроса;
- оценка «неудовлетворительно», если даны правильные ответы на менее 4 вопросов.

Описание технологии проведения текущего контроля

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах *контрольная работа с теоретическими вопросами и практико ориентированными примерами, решением практических задач; комплексная междисциплинарная творческая контрольная задача.* Критерии оценивания приведены выше.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: письменная работа, включающая тестовые задания и задания с открытыми вопросами; вопросы для собеседования

Промежуточная аттестация предполагает 2 этапа. Первый этап – проведение письменной работы, включающей тестовые задания и задания с открытыми вопросами. Второй этап – собеседование в форме зачета - 5 семестр, экзамена – 6 семестр

20.2.1. Тестовые задания и задания с открытыми вопросами для промежуточной аттестации по дисциплине Агропродовольственные рынки

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

ЗАДАНИЕ 1. Изучение различных справочников и статистической литературы относится к:

- кабинетным исследованиям;
- полевым исследованиям;
- не относится к исследованиям;
- первичным исследованиям

ЗАДАНИЕ 2. Определенное количество респондентов, отобранных для участия в исследовании называется:

- генеральная совокупность;
- выборка;
- репрезентативная совокупность;
- информационный массив.

ЗАДАНИЕ 3. Исследование конъюнктуры рынка включает определение параметров:

- периода времени
- конкретизация уровня
- определение показателей
- динамику объемных показателей

ЗАДАНИЕ 4. Эффективность деятельности фирм на агропродовольственном рынке позволяют оценить показатели

- рыночная доля фирмы
- рентабельность продаж
- коэффициент текущей ликвидности
- коэффициент автономии

ЗАДАНИЕ 5. Основные виды рыночной стратегии позиционирования предприятия, ориентированные на целевые сегменты:

- роста (развития)
- стабилизации (устойчивости)
- выживания (сокращение)
- удержания доли рынка

2) открытые задания (повышенный уровень сложности)

ЗАДАНИЕ 1. Информацию, представленную в формализованном виде, позволяющем осуществлять ее обработку и анализ конъюнктуры рынка с помощью технических средств, называют

ЗАДАНИЕ 2. Рассчитайте емкость рынка хлебных продуктов в натуральном выражении, если на территории Воронежской области проживает 1 млн. жителей, из которых 50% — пенсионеры, 20% — дети до 18 лет. Нормы потребления хлебных продуктов, определенные потребительской корзиной в настоящее время, для трудоспособного населения — 120 кг в год, пенсионеров — 90 кг в год, детей — 81 кг в год.

ЗАДАНИЕ 3. Согласно эффекту _____ 80% информации содержится в 20% всех источников

ЗАДАНИЕ 4. Показатель отношение производства картофеля в регионе к потреблению картофеля характеризует уровень _____

ЗАДАНИЕ 5. Основоположник теоретических изысканий М. Портер в борьбе с основными 5 конкурентными силами обосновал три конкурентные стратегии: «Лидерство по издержкам», «Дифференциация продукта» и _____

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. Перечень вопросов для собеседования к зачету для промежуточной аттестации по дисциплине Агропродовольственные рынки к зачету

1. Понятие конъюнктуры агропродовольственного рынка (АПР): элементы, структура, особенности взаимодействия спроса и предложения
2. Понятие исходных данных в маркетинговых исследованиях АПР: источники информации
3. Подсистемы первичных и вторичных данных, полевых и кабинетных методов сбора
4. Выбор методов сбора информации: качественные и количественные методы сбора и способы систематизации данных, внешние и внутренние источники информации
5. Основные показатели оценки конъюнктуры АПР: понятие, этапы и методы ценообразования
6. Методики анализа и оценки спроса и предложения конъюнктуры АПР
7. Основные показатели оценки конъюнктуры АПР: понятие, этапы и методы
8. Методики анализа и оценки спроса и предложения конъюнктуры АПР
9. Содержание комплексного исследования рынка: основные объекты, параметры, этапы
10. Позиционирование фирм, товаров на целевых сегментах, матрицы позиционирования конкурентных преимуществ

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если даны правильные ответы на 10 вопросов
- оценка «хорошо», если даны правильные ответы на 9-7 вопросов
- оценка «удовлетворительно», если даны правильные ответы на 6-5 вопросов
- оценка «неудовлетворительно», если даны правильные ответы на 4 вопроса и менее.

к экзамену

1. Установление границ агропродовольственного рынка, определение и ранжирование субъектов агропродовольственного рынка
2. Основные показатели определение интенсивности конкуренции
3. Показатели уровень и оценка концентрации на отраслевых рынках
4. Определение границ групп аутсайдеров, предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров рынка
5. Показатели рыночной власти фирмы и методики их расчетов
6. Основные методы оценки рыночных возможностей фирм
7. Классификация рынков по уровню входных барьеров и их анализ
8. Особенности стратегического планирования предприятий АПК
9. Сущность и содержание рыночной стратегии фирмы. Виды стратегий фирм
10. Технология (этапы) разработки стратегии рыночного поведения фирм

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если даны правильные ответы на 10 вопросов
- оценка «хорошо», если даны правильные ответы на 9-7 вопросов
- оценка «удовлетворительно», если даны правильные ответы на 6-5 вопросов
- оценка «неудовлетворительно», если даны правильные ответы менее, чем на 5 вопросов.

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 и 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

**Комплект диагностических заданий по дисциплине
Агропродовольственные рынки
Фонд оценочных средств сформированности компетенций
по дисциплине Агропродовольственные рынки**

ПК- 2 Способен собрать и проанализировать данные для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих товарные, факторные и финансовые рынки, на которых осуществляется деятельность хозяйствующих субъектов

ПК-2.1 Собирает и анализирует данные для расчета социально-экономических показателей, характеризующих структуру и конъюнктуру агропродовольственного рынка (16 заданий)

ПК -2.2 Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных, внешних и внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры (24 задания)

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 (8 заданий)

ПК – 5.2 Оценивает бизнес-возможности и представляет результаты рыночного позиционирования в соответствии с выбранными целевыми сегментами рынка, выбирает соответствующую рыночную стратегию фирмы (16 заданий)

ПК-2.1 Собирает и анализирует данные для расчета социально-экономических показателей, характеризующих структуру и конъюнктуру агропродовольственного рынка (16 заданий = 8 закрытых/8 открытых)

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

ЗАДАНИЕ 1. Выб Внутренние факторы, влияющие на функционирование АПР:

- изменение конъюнктуры мирового аграрного рынка
- изменение конъюнктуры мирового финансового рынка
- потребности населения
- цены на сырьевые ресурсы

ЗАДАНИЕ 2. Внешние факторы, влияющие на функционирование АПР:

- изменение конъюнктуры мирового аграрного рынка
- изменение конъюнктуры мирового финансового рынка
- потребности населения
- цены на сырьевые ресурсы

ЗАДАНИЕ 3. Величина предложения продовольствия зависит от следующих факторов:

- объемов ввоза и импорта;
- наличия рыночного спроса;
- рентабельности производства товара;
- численности населения.

ЗАДАНИЕ 4. Объем совокупного спроса на продукты питания зависит от следующих факторов:

- численности населения;
- уровня доходов потребителей;
- производительности труда;
- эффективности производства.

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

- сельскохозяйственного сырья
- сельскохозяйственной продукции
- продовольственных товаров
- промежуточных товаров.

ЗАДАНИЕ 6. Наиболее распространенными критериями сегментации являются:

- доступность;
- прибыльность;
- емкость;
- демография.

ЗАДАНИЕ 7. Позиционирование товара представляет собой:

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

ЗАДАНИЕ 8. Рыночная ниша – это:

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

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. _____ - меняющаяся под влиянием определенных факторов рыночная ситуация, характеризующая состояние спроса и предложения и складывающийся при их соотношении уровень цен на конкурентном рынке

Ответ: рыночная конъюнктура

ЗАДАНИЕ 2. Как называется рыночный показатель, объем которого вычисляется по формуле

S = Z + P + I, где **Z** – запасы продовольствия на начало года;

P - объем производства продовольствия; **I** – импорт продовольствия

Ответ: предложение

ЗАДАНИЕ 3. _____ процесс разделения (разбивки) рынка на отдельные части, в которых покупатели примерно одинаково реагируют на потребительские свойства товара.

Ответ: сегментирование рынка

ЗАДАНИЕ 4. Как называются показатели, измеряемые кг/год/человек: картофель – 90; мясопродукты -73; молоко и молокопродукты -325; рыбопродукты -22 и т.д.

Ответ: рациональные нормы потребления

ЗАДАНИЕ 5. _____ - вся информация, собранная впервые в ходе исследования, бесед, интервью, не подвергавшаяся анализу и обработке.

Ответ: первичная информация

ЗАДАНИЕ 6. Совокупность источников, в т.ч. законов, указов, постановлений государственных органов; данные официальной статистики и международных организаций (ООН, ФАО) представляют собой _____

Ответ: внешние источники вторичной информации

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

Ответ: репрезентативной

ЗАДАНИЕ 8. Если семипроцентное увеличение цены на сахар привело к семикратному снижению объема спроса на него, то это спрос _____

Ответ: эластичный

ПК-2.2. Определяет выбор методов сбора и систематизации исходных данных, внешних и внутренних источников информации, обосновывает показатели для анализа текущей и прогнозной конъюнктуры (24 задания=12 закрытых/12 открытых)

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

ЗАДАНИЕ 1. Целями исследований рынка могут быть:

- исследование поведения потребителей;
- исследование цен;
- исследование эффективности рекламы;

- все вышеперечисленные

ЗАДАНИЕ 2. Определите порядок методики исследования конъюнктуры рынка: 1) сбор информации, 2) выявление проблемы и формулирование целей, 3) отбор источников информации, 4) обработка, анализ и представление собранной информации:

- 2.3.1.4.;

- 4.3.2.1.;

- 4.2.3.1.;

- 4.3.1.2.

ЗАДАНИЕ 3. Методы сбора качественных первичных данных включают

- Фокус-группа

- Глубинное интервью

- Анализ протокола
- Опрос

ЗАДАНИЕ 4. Изучение различных справочников и статистической литературы относится к:

- кабинетным исследованиям;
- полевым исследованиям;
- не относится к исследованиям;
- первичным исследованиям

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

- генеральная совокупность;
- выборка;
- репрезентативная совокупность;
- информационный массив.

ЗАДАНИЕ 6. К основным характеристикам выборки относятся:

- объем;
- репрезентативность;
- предельная ошибка;
- динамика

ЗАДАНИЕ 7. Исследование конъюнктуры рынка включает определение параметров:

- периода времени
- конкретизация уровня
- определение показателей
- динамику объемных показателей

ЗАДАНИЕ 8. Основные методы ценообразования на продукты питания:

- «средние издержки плюс прибыль»;
- на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- на основе уровня рентабельности;
- установление цены на основе уровня рыночных текущих цен.

ЗАДАНИЕ 9. Для оценки предложения необходимо проанализировать показатели:

- производственный и сырьевой потенциал
- эластичность предложения
- структуру экспорта
- численность населения

ЗАДАНИЕ 10. Пропорциональность рынка характеризуют следующие показатели:

- соотношение спроса и предложения;
- товарная структура товарооборота (продажи, услуг)
- эластичность спроса и предложения
- соотношение денежных средств от продаж и затрат на производство

ЗАДАНИЕ 11. Система показателей рыночных цен не включает:

- уровень фактически сложившихся рыночных цен;
- средняя отраслевая рентабельность
- структура цены (себестоимость, наценки, скидки (оптовые, розничные), налоги);

- доходы населения

ЗАДАНИЕ 12. Процесс прогнозирования конъюнктуры рынка включает следующие этапы (выберите 4 правильных ответа):

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

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Согласно эффекту _____ 80% информации содержится в 20% всех источников

Ответ: Парето

ЗАДАНИЕ 2. Информацию, представленную в формализованном виде, позволяющем осуществлять ее обработку и анализ конъюнктуры рынка с помощью технических средств, называют _____

Ответ: данными

ЗАДАНИЕ 3. Этапы: 1) восприятие информации; 2) подготовка информации; 3) передача и хранение информации; 4) обработка информации; 5) отображение информации; 6) воздействие информации – представляют процесс преобразования _____

Ответ: сигналов в данные

ЗАДАНИЕ 4. Методы сбора и систематизации информации о конъюнктуре рынка: опрос, панельные исследования, retail audit – относятся к _____

Ответ: количественным методам исследования

ЗАДАНИЕ 5. Коэффициенты, отражающие динамику (U_t), рентабельность (U_r) и конкурентную активность (U_d) рынка характеризуют _____.

Ответ: уровень интенсивности конкуренции

ЗАДАНИЕ 6. Если показатель динамики рынка находится в пределах $0,7 < T_m < 1,4$, то состояние его характеризуется _____

Ответ: состояние стагнации и сворачивания

ЗАДАНИЕ 7. Показатель интенсивности конкуренции U_t по динамике рынка, характеризующий остроту конкуренции $T_m = 0,7$, то $U_t = 1$ означает _____

Ответ: конкуренция максимальная

ЗАДАНИЕ 8. Рассчитайте емкость рынка хлебных продуктов в натуральном выражении, если на территории Воронежской области проживает 1 млн. жителей, из которых 50% — пенсионеры, 20% — дети до 18 лет. Нормы потребления хлебных продуктов, определенные потребительской корзиной в настоящее время, для тру-

доспособного населения — 120 кг в год, пенсионеров — 90 кг в год, детей — 81 кг в год.

Ответ 97200 тыс. кг

ЗАДАНИЕ 9. Показатель отношение производства картофеля в регионе к потреблению картофеля характеризует уровень _____

Ответ: самообеспечения региона

ЗАДАНИЕ 10. В соответствии со «схема Гарвардской парадигма рынка» такие показатели как: производственная эффективность; рациональность использования ресурсов; прогрессивность технологий; занятость; справедливость – характеризуют _____

Ответ: результативность рынка

ЗАДАНИЕ 11. В общем случае определение _____ в денежном исчислении осуществляется по формуле: $Q = n \times q \times p$,

где n – число покупателей данного вида товара на данном рынке;

q – число покупок покупателя за исследуемый период времени;

p – средняя цена данного товара.

Ответ: текущего рыночного спроса

ЗАДАНИЕ 12. В _____ времени регулирование спроса и предложения достигается за счет изменения цен либо маневрирования товарными запасами.

Ответ: краткосрочном периоде

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 (8 заданий =4 закрытых/4 открытых)

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

ЗАДАНИЕ 1. Рынок находится в состоянии ускоренного роста, если T_m

- более 140%

- более 100%

- менее 70%

- менее 100%

ЗАДАНИЕ 2. Система показателей анализа рыночных цен АПР включает:

- соответствие цены качеству товара

- ценовая политика конкурентов

- динамика и структура цены

- изменение рентабельности производства по сезонам

ЗАДАНИЕ 3. Показатели, позволяющие измерять степень концентрации производителей и покупателей на АПР

- индекс Херфиндаля — Хиршмана (HH1)

- индекс Ханна и Кея (НК)
- коэффициент Бейна
- коэффициент Тобина

ЗАДАНИЕ 4. Эффективность деятельности фирм на агропродовольственном рынке позволяют оценить показатели

- рыночная доля фирмы
- рентабельность продаж
- коэффициент текущей ликвидности
- коэффициент автономии

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Доля импортной (ввоза) продукции в общем объеме реализации и доля экспорта (вывоза) на конкретном АПР позволяют оценить _____

Ответ: открытость рынка

ЗАДАНИЕ 2. Назовите остроту (уровень) конкуренции, если интенсивность конкуренции (U_t) по динамике рынка (T_m) принимают значения: если $T_m = 0,7$; то $U_t = 1$.

Ответ: конкуренция максимальная

ЗАДАНИЕ 3. Наиболее распространенные показатели, позволяющие оценить _____: коэффициенты Бейна, Лернера, Тобина, Папандреу

Ответ: рыночную власть фирмы

ЗАДАНИЕ 4. Барьеры, приносящие доход в казну государства, такие как: принудительная сертификация органической продукции; завышение норм экологического контроля при производстве органической продукции; распределение квот для фирм, производящих органическую продукцию, называются _____.

Ответ: административными барьерами

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

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

ЗАДАНИЕ 1. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз называется:

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

ЗАДАНИЕ 2. Методики оценки конкурентоспособности и бизнес возможностей:

- матрица БКГ
- позиционирования «цена-качество»
- модель 5 сил Портера
- PEST-анализ.

ЗАДАНИЕ 3. Блок «Поведение фирм» по схеме Гарвардской парадигме включает:

- цели
- информационное обеспечение
- стратегии
- финансы

ЗАДАНИЕ 4. Основные виды рыночной стратегии позиционирования предприятия, ориентированные на целевые сегменты:

- роста (развития)
- стабилизации (устойчивости)
- выживания (сокращение)
- удержания доли рынка

ЗАДАНИЕ 5. При выпуске на рынок нового товара аграрная фирма выбирает ценовую стратегию

- снятие «сливок»
- проникновение на рынок
- ориентация на ценового лидера
- максимизации прибыли

ЗАДАНИЕ 6. Задачи ценовой стратегии

- 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

ЗАДАНИЕ 7. Показатели рыночной власти фирм:

- коэффициент Бейна
- коэффициент Папандреу.
- индекс Холла — Тайдмана
- индекс Ханна и Кея

ЗАДАНИЕ 8. Маркетинговые стратегии охвата рынка в соответствии с выбранными целевыми сегментами

- массового
- дифференцированного
- концентрированного
- комбинированного

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Этот показатель фиксирует получаемую экономическую прибыль на единицу собственного инвестиционного капитала и характеризует _____

$$B = \frac{\pi_A - \pi_N}{K} . \quad \text{Где } \pi_A - \text{ бухгалтерская прибыль, } \pi_N - \text{ нормальная прибыль}$$

K - капитал

Ответ: рыночную власть фирмы

ЗАДАНИЕ 2. Общеизвестный метод стратегического позиционирования фирмы:

Метод _____ «доля на рынке - темпы роста рынка» называется

Ответ: Матрица Бостонской консалтинговой группы - BCG

ЗАДАНИЕ 3. Матрицу стратегического позиционирования и выбора стратегии для уже существующих компаний, находящихся в ситуации выбора пути дальнейшего развития, характеризующую ситуацию «рынок-продукт» называют _____

Ответ: матрица Ансоффа

ЗАДАНИЕ 4. Небольшой сегмент рынка, не занятый или не полностью занятый конкурентами, на котором предприятие может прибыльно работать и иметь конкурентное преимущество называется _____

Ответ: рыночная ниша

ЗАДАНИЕ 5. Основоположник теоретических изысканий М. Портер в борьбе с основными 5 конкурентными силами обосновал три конкурентные стратегии: «Лидерство по издержкам», «Дифференциация продукта» и _____

Ответ: «Фокусирование»

ЗАДАНИЕ 6. Процесс формирования у покупателей выбранного целевого сегмента положительного образа, имеющего конкурентные преимущества, выгодно отличающегося от конкурентов и их товаров заменителей, называется _____

Ответ: рыночное позиционирование

ЗАДАНИЕ 7. В своей типологии конкурентных стратегий _____ выделяет стратегии лидеров, развивающиеся рынки, последователей (ведомых) и нишевых игроков

Ответ: Ф. Котлер

ЗАДАНИЕ 8. _____ представляет собой процесс формирования миссии и целей, определение задач и ресурсов по их достижению на конкретном рынке или целевом рыночном сегменте.

Ответ: рыночная стратегия предприятия

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).