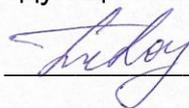


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

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



17.04.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.20 Агропродовольственные рынки**

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.03.01 Экономика
- 2. Профиль подготовки:** Экономика, финансы, бизнес-аналитика
- 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 21.03.2024 г., протокол №3
- 8. Учебный год:** 2027-2028 **Семестры:** 7, 8

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

*Целью изучения учебной дисциплины является:*

- освоение методов проведения анализа и приобретение навыков оформления аналитических отчетов, проведения комплексных исследований агропродовольственного рынка с использованием статистических методов, баз данных и информационных технологий;

*Задачи учебной дисциплины:*

- изучение различных источников информации и интерпретация данных для анализа социально-экономических показателей развития агропродовольственного рынка;

- формирование навыков подготовки информационных обзоров и составления аналитических отчетов по выявлению тенденций развития агропродовольственного рынка

- освоение методик анализа рыночной конъюнктуры и выбора методов и инструментов комплексного исследования агропродовольственного рынка и позиционирования фирм;

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Б1.В.20 «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 на основе анализа развития социально-экономических систем и выявления тенденций изменения и прогнозирования экономических показателей, моделирования бизнес процессов готовить информационные обзоры и оформлять аналитические отчеты с применением информационных технологий	ПК-2.1	Анализирует и интерпретирует данные из различных источников информации, выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей агропродовольственного рынка	<b>Знать:</b> Структуру и особенности функционирования агропродовольственного рынка <b>Уметь:</b> собирать данные для расчета показателей, характеризующие тенденции изменения конъюнктуры агропродовольственного рынка (АПР) <b>Владеть:</b> навыками и умениями сбора данных, анализа показателей и интерпретации результатов, характеризующих тенденции изменения конъюнктуры агропродовольственного рынка (АПР)
		ПК-2.2	Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов	<b>Знать:</b> методы сбора и способы систематизации качественных и количественных данных внешних и внутренних источников информации <b>Уметь:</b> обосновывать и анализировать показатели для информационных обзоров тенденций развития агропродовольственного рынка <b>Владеть:</b> навыками сбора, анализа показателей и интерпретации результатов информационных обзоров для оформления результатов аналитических отчетов развития агропродовольственного рынка (по товарным группам)

ПК – 3	Способен на основе учета влияния различных факторов при формировании прогнозов цен на товары, работы и услуги проводить комплексные исследования агропродовольственного рынка, в том числе с использованием статистических методов, баз данных и информационных интеллектуальных технологий	ПК-3.1	Выбирает методiku и инструменты проведения комплексного исследования рынка, анализирует рыночную конъюнктуру на основе влияния различных факторов при формировании цен с использованием информационных технологий	<p><b>Знать:</b> количественные и качественные методы проведения комплексного исследования агропродовольственного рынка с использованием различных баз данных</p> <p><b>Уметь:</b> проводить расчеты и анализировать текущую конъюнктуру агропродовольственного рынка с использованием статистических методов</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проведения комплексного исследования агропродовольственного рынка на основе влияния различных факторов с использованием статистических методов, баз данных и информационных технологий</p>
--------	---	--------	---	--

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

**Форма промежуточной аттестации** зачет, экзамен

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		5 семестр	6 семестр
Аудиторные занятия	86	50	36
в том числе: лекции	52	34	18
Практические	34	16	18
Лабораторные	-	-	-
Самостоятельная работа	58	22	36
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – 36 час.)	36	Зачёт	экзамен - 36
Итого:	180/5	72/2	108/3

**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	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	1.2.1. Система маркетинговой информации (СМИ) 1.2.2. Методы сбора, систематизации и обработки информации	-

	конъюнктуры рынка	1.2.3. Формирование информационных обзоров с использованием информационных технологий 1.2.4. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры	
1.3.	Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм	1.3.1. Методология комплексных исследований АПР 1.3.2. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы 1.3.3. Анализ и прогнозирование цен на АПР 1.3.4. Методики оценки бизнес-возможностей фирмы на конкурентном рынке 1.3.5. Позиционирование фирм на целевых сегментах АПР	-
<b>2. Практические занятия</b>			
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. Формирование информационных обзоров с использованием информационных технологий 2.2.4. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры	-
2.3.	Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм	1.3.1. Методология комплексных исследований АПР 1.3.2. Комплексная оценка конкурентной среды и позиции фирмы 1.3.3. Анализ и прогнозирование цен на АПР 1.3.4. Методики оценки бизнес-возможностей фирмы на конкурентном рынке 1.3.5. Позиционирование фирм на целевых сегментах АПР	

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

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР	16	8	-	24	48
2	Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка	18	8	-	20	46
3	Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм	18	18		14	50
	Итого:	52	34	-	58	144

**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 исследова-

дований, 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	Розанова, Н. М. 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: <a href="https://urait.ru/bcode/530355">https://urait.ru/bcode/530355</a> (дата обращения: 27.06.2023).
2	АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ: учебно-методическое пособие для студентов образовательной программы бакалавриат /О.Г. Чарыкова, Воронеж, ВГУ , 2015 : <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf</a>
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: <a href="https://www.iprbookshop.ru/121698.html">https://www.iprbookshop.ru/121698.html</a>

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: <a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a> . - 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. <a href="https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48049343">https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48049343</a>
3	Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агромаркетинга - брошюра / О.Г. Чарыкова, Е.В. Закшевская, Е.В. Сальникова и др. Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России Россельхозакадемии, 2010 <a href="https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23021177">https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23021177</a>
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: <a href="https://e.lanbook.com/book/143194">https://e.lanbook.com/book/143194</a>
5	Экономика отраслевых рынков / В.М. Джуха. — 3-е изд., стер. — М. : КноРус, 2014 . 284 с. —.— ISBN 978-5-406-03270-1. <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=252770">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=252770</a>
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” <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
2	Электронный каталог зональной научной библиотеки Воронежского государственного университета <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib">http://www.lib.vsu.ru/elib</a>

3	Агропродовольственные рынки. Образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMC Moodle» <a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a>
---	---

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	<i>Методические указания по исследованию отраслевых рынков в системе агро-маркетинга - брошюра</i> / О.Г. Чарыкова, Е.В. Закшевская, Е.В. Сальникова и др. Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России Россельхозакадемии, 2010 -65 с. <a href="https://elibrary.ru/item.asp?id=23021177">https://elibrary.ru/item.asp?id=23021177</a>
2	АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ: учебно-методическое пособие для студентов образовательной программы бакалавриат /О.Г. Чарыкова, Воронеж, ВГУ , 2015: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-273.pdf</a> <a href="https://rucont.ru/efd/590443">https://rucont.ru/efd/590443</a>
3	Теория отраслевых рынков: практикум : учебное пособие / Г.Ф. Юсупова – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012 – 71 с. : ил <a href="https://www.gstu.by/sites/default/files/atoms/files/9c/b1/yusupova.pdf">https://www.gstu.by/sites/default/files/atoms/files/9c/b1/yusupova.pdf</a>
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. — <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/nov06020.pdf">URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/nov06020.pdf</a> .
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. <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m10-161.pdf">URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m10-161.pdf</a> .

## 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 (тема 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, практика 7, 8)

### 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Основные понятия, принципы, функции и особенности АПР. Структура и конъюнктура АПР	ПК 2. Способен на основе анализа развития социально-экономических систем и выявления тенденций изменения и прогнозирования экономических показателей, моделирования бизнес процессов готовить информационные обзоры и оформлять аналитические отчеты с применением информационных технологий	ПК 2.1 Анализирует и интерпретирует данные из различных источников информации, выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей агропродовольственного рынка	<i>КИМ: задания 1,2,3,4</i>
2.	Методы сбора и обработки информации. Анализ текущей и прогнозной конъюнктуры рынка	ПК 2.2. Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес-процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов	ПК 2.2. Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес-процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов	<i>КИМ: задания 5,6,7</i>
3	Комплексное исследование АПР и эффективность деятельности фирм	ПК 3 Способен на основе учета влияния различных факторов при формировании прогнозов цен на товары, работы и услуги проводить комплексные исследования агропродовольственного рынка, в том числе с использованием статистических методов, баз данных и информационных интеллектуальных технологий	3.1. Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, анализирует рыночную конъюнктуру на основе влияния различных факторов при формировании цен с использованием информационных технологий	<i>КИМ: задания 8,9 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 материал с теоретическими вопросами для проведения собе-

седования (индивидуальный опрос, фронтальная беседа), контрольно-измерительного материал с практическими расчетными заданиями, тесты, рефераты (доклады), 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 заданий для оценочных 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. Раскройте понятие сегмента агропродовольственного рынка, назовите основные причины необходимости, критерии и признаки сегментирования рынка.
2. Раскройте содержание категории «конкурентного преимущества товара, фирмы»
3. Опишите модификации метода построения карт позиционирования и необходимые для этого данные

#### **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 №1* 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. Приведите конкретные примеры целевых сегментов АПР
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 немытой и нефасованной.

Сегмент 3: местное население и проезжающие автомобилисты. Морковь продается немытой 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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

**1. Внешние факторы, влияющие на функционирование АПР:**

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

**2. К основным функциям рынка относится:**

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

**3. Необходимые условия эффективного функционирования рынка**

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

**4. Внутренние факторы, влияющие на функционирование АПР:**

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

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

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

**6. Рынок сахара относится к рынкам:**

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

**7. Рынок КРС относится к рынкам**

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

**8. «Рынок продавца» характеризуется параметрами;**

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

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

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

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

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

**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**

**Критерии оценки тестов**

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

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

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

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

**3. Величина предложения продовольствия не зависит от следующих факторов:**

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

**4. Основные методы ценообразования на продукты питания:**

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

**5. Установите последовательность расчета цены продукта:**

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

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

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

**7. Основными функциями цены являются:**

- а) учетная
- б) стимулирующая

- в) информационная
- г) договорная

**8. Позиционирование товара – это:**

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

**9. Рыночная ниша – это:**

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

**10. Наиболее распространенными критериями сегментации являются:**

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

**11. Основным показателем предложения является:**

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

**12 Выберите неравенство, показывающее эластичный спрос на рынке:**

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

**Критерии оценки тестов**

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

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

**Задача №3**

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

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

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

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту при неполном решении задачи.

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

**1. Целями исследований рынка могут быть:**

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

**г) все вышеперечисленные**

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

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

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

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

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

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

**6. К основным характеристикам выборки не относится:**

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

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

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

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

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

**9. Наиболее удобен для проведения описательных исследований следующий метод:**

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

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

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

**11. Изучение различных справочников и статистической литературы относится к:**

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

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

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

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

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

### Критерии оценки тестов

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

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

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

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

**3.На интенсивность конкуренции по уровню динамики рынка влияют**

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

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

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

**5.Показатели концентрации производителей и покупателей на отраслевом рынке**

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

**6.Коэффициент Бейна зависит от размера**

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

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

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

## 8. К стратегическим барьерам не относятся стратегии

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

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

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

## Критерии оценки тестов

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

Таблица 1. SWOT-матрица для исследуемого предприятия

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

## **Задание №2**

### **Выбор стратегии на основе анализ портфеля направлений деятельности компании.**

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

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

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

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

### **Критерии оценки:**

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

**1. Поведение фирм по Гарвардской парадигме не включает:**

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

**2. Результативность рынка по Гарвардской парадигме включает:**

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

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

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

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

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

**5. Задачи ценовой стратегии (2 правильных ответа):**

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

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

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

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

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

открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Согласно \_\_\_\_\_ 80% информации содержится в 20% всех источников

Ответ: эффект 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

### Критерии оценки тестов

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

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

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

Задание:

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

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

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

Таблица 1

№п.п	Наименование областей ФО	Объем 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

## Заполнить таблицу 2

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

Таблица 3

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

Таблица 4

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

## 20.2 Промежуточная аттестация

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Кафедра экономической теории и  
мировой экономики

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

1. Понятие агропродовольственного рынка: элементы и структура
2. Основные функции агропродовольственного рынка
3. Необходимые условия функционирования агропродовольственного рынка
4. Классификация агропродовольственного рынка
5. Понятие конъюнктуры агропродовольственного рынка: элементы и структура
6. Основные факторы формирования спроса
7. Основные факторы формирования предложения АПР
8. Особенности взаимодействия спроса и предложения на АПР
9. Виды и функции цен на агропродовольственном рынке
10. Факторы ценообразования агропродовольственной продукции
11. Понятие, этапы и методы ценообразования
12. Методика расчета цены на агропродукцию
13. Стратегии ценообразования агропродовольственного рынка
14. Методика оценка спроса
15. Методика анализа и оценки товарного предложения
16. Методики исследования и определения цен
17. Методика оценки конкурентной среды
18. Методика оценки открытости рынка и эффективности межрегиональных связей
19. Основные показатели оценки конъюнктуры АПР
20. Методика оценки итоговых показателей эффективности рынка
21. Показатели, характеризующие развитие рыночной инфраструктуры
22. Содержание информации в системе маркетинговых исследованиях АПР
23. Понятие исходных данных в МИ
24. Этапы обращения и преобразования сигналов в МИ
25. Основные этапы обращения и преобразования сигналов в МИ
26. Понятие системы маркетинговой информации (СМИ) на предприятии
27. Основные принципы формирования и использования информации
28. Подсистема внутренней информации
29. Подсистема внешней информации
30. Основные методы сбора внешней информации

---

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

31. Источники формирования базы данных для исследования АПР
32. Понятие, состав и источники вторичной информации
33. Эффект Парето в использовании информации
34. Содержание комплексного исследования рынка
35. Цель и задачи комплексного исследования рынка
36. Практическая направленность комплексного исследования АПР
37. Системный подход к комплексному исследованию АПР и его основные элементы
38. Основные принципы системного подхода к комплексному исследованию АПР
39. Основные этапы комплексного исследования рынка
40. Роль прогнозирования в комплексном исследовании рынка
41. Установление границ агропродовольственного рынка
42. Определение и ранжирование субъектов агропродовольственного рынка
43. Определение интенсивности конкуренции
44. Уровень и оценка концентрации на отраслевых рынках
45. Определение границ групп аутсайдеров, предприятий со слабой, сильной конкурентной позицией и лидеров рынка
46. Анализ барьеров «входа» на рынок для потенциальных конкурентов
47. Показатели рыночной власти фирмы
48. Анализ барьеров «входа» на рынок для потенциальных конкурентов
49. Классификация рынков по уровню входных барьеров
50. Виды нестратегических барьеров
51. Разновидности стратегических барьеров
52. Понятие сегмента агропродовольственного рынка и его сегментирования
53. Критерии и признаки сегментирования агропродовольственного рынка
54. Сегментирование рынка по потребителям, о группам продуктов, оценке конкурентоспособности
55. Выбор целевых сегментов агропродовольственного рынка
56. Сущность и содержание позиционирования
57. Позиционирование товаров на агропродовольственном рынке. Карта позиционирования
58. Позиционирование фирм на целевых сегментах рынка
59. Понятие «поведения» рыночной деятельности фирмы
60. Особенности стратегического планирования предприятий АПК
61. Стратегический и операционный маркетинг предприятий АПК
62. Концептуальная схема стратегического поведения предприятия
63. Методика проведения PEST- анализ рынка
64. Методика проведения SWOT-анализ фирмы
65. Формирование матрицы SWOT-анализа фирмы
66. Сущность и содержание рыночной стратегии фирмы
67. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование стратегии
68. Технология ( этапы) разработки стратегии
69. Формирование информационных обзоров анализа АПР
70. Формирование аналитических отчетов комплексного исследования АПР

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

Кафедра экономической теории и  
мировой экономики

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

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

**Критерии оценки:**

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

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

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

Кафедра экономической теории  
и мировой экономики

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
экономической теории и мировой экономики  
\_\_\_\_\_ д.э.н., проф. Т.Н. Гоголева  
*подпись, расшифровка подписи*

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_.  
20\_\_ г.

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

Контрольно-измерительный материал №1

**1. Основные факторы формирования спроса и предложения на агропродовольственном рынке**

1.1 Основные показатели оценки конъюнктуры АПР

1.2 Понятие этапы и методы ценообразования

1.3 Исходные данные, преобразование сигналов, требования к информации

**1.4. Задача:**

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

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

## 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на агропродовольственном рынке

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

2.2. Подсистемы внутренней и внешней информации.

2.3. Графическая модель карты позиционирования.

2.4. **Задача:**

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

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

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

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

3.1. Методика исследования и определения цен

3.2. Роль прогнозирования в комплексном исследовании рынка.

3.3. Показатели рыночной власти фирмы

3.4. **Задача:**

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

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

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

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

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

Определите прибыльность каждого сегмента.

Таблица с исходными данными

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

#### 4. Основные этапы комплексного исследования агропродовольственного рынка и возможностей фирмы

4.1. Определение интенсивности конкуренции на АПР. Приведите примеры

4.2. Методика проведения SWOT-анализа фирмы

4.3. Технология (этапы) разработки стратегии фирмы

4.4. **Задача:**

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

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

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

##### **Критерии оценки:**

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

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

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

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

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 38.03.01 «Экономика»

Дисциплина Б1.В.20 Агропродовольственные рынки

Профиль подготовки: Экономика рынков

Форма обучения очная

Учебный год 2024 - 2025

---

Ответственный исполнитель

Зав. кафедрой экономической теории  
и мировой экономики  
д.э.н., проф.

\_\_\_\_\_ Т.Н. Гоголева

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.20\_\_

Исполнители

д.э.н., профессор кафедры ЭТиМЭ

\_\_\_\_\_ О.Г.Чарыкова

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.20\_\_

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП  
по направлению

\_\_\_\_\_ Т.Н. Гоголева

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.20\_\_

Начальник отдела обслуживания ЗНБ

\_\_\_\_\_ Е.В. Воищева

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.20\_\_

---

Программа рекомендована НМС экономического факультета ВГУ

протокол № 3 от 21.03.2024 г.