

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.14 Рынки потребительских товаров

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	знает теоретические и практические основы исследования рынков потребительских товаров, формирующих марке-тинговую среду организации (ПК- 1.1)
		умеет проводить исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)
		владеет навыками проведения исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)
ПК-2 Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос	ПК-2.1 Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг)	знает основы исследования, выявления и удовлетворения потребностей покупателей потребительских товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских то-варов (ПК- 2.1)
		умеет – выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, прогнозировать спрос потребителей, анализи-ровать информацию о конъюнктуре рынков сбыта потреби-тельских товаров (ПК- 2.1)
		владеет навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потреби-тельских товаров (ПК- 2.1)

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Раздел 1. Экономически основы функционирования потребительских рынков			
1.1.	Тема 1. Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	7	ПК-2.1	

1.2.	Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	7	ПК-2.1	
1.3.	Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	7		
1.4.	Тема 4. Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	7		
1.5.	Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на товарном рынке	7		
2.	2 раздел. Раздел 2. Стратегическое поведение фирм на потребительских рынках			
2.1.	Тема 6. Ценообразование на отраслевых рынках	7		
2.2.	Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	7		
2.3.	Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	7		
2.4.	Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	7		
3.	3 раздел. Самостоятельная работа			
3.1.	Самостоятельная работа	7		
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
		Для оценки знаний	
		Для оценки умений	
		Для оценки навыков	
Промежуточная аттестация			
1	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)

2	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов
---	---------	--	----------------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Рынки потребительских товаров"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

1. Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков.
2. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.
3. Соотношение категорий рынок и отрасль.
4. Функции, критерии выделения потребительских рынков.
5. Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров.
6. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.
7. Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.
8. Классификационные признаки рынков потребительских товаров. Состав и структура рынков потребительских товаров.
9. Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров. Место рынков потребительских товаров в отраслевой экономике. Принципы и факторы их размещения.
10. Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав
11. Рыночная конъюнктура: понятие, классификация, Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.
12. Необходимость выявления потребностей людей в товарах.
13. Классификация потребностей человека.
14. Способы определения потребности в товарах.
15. Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка:
16. Оценка спроса, оценка предложения.
17. Основные категории курса: экономика, отрасль, рынок.
18. Место отраслей в экономике страны
19. Отраслевая классификация фирм
20. Формирование гарвардской парадигмы.
21. Базовые условия функционирования отраслевых рынков.
22. Основные проблемы экономики отраслевых рынков.
23. Характеристика отраслей сферы материального производства
24. Характеристика отраслей сферы нематериального производства
25. Перечислите типы границ отраслевых рынков
26. Методы определения товарных границ рынка
27. Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированный вход в отрасль.

28. Виды государственного отраслевого регулирования рынков
29. Цели вмешательства государства в функционирование рынков
30. Последствия отраслевых слияний в условиях первоначального взаимодействия фирм.
31. Способы защиты фирм от слияний на отраслевых рынках

Примерные тестовые задания:

1. 1. Формирование отраслевых структур базируется на принципах
 - а) взаимной ответственности
 - б) целостности и комплексности
 - в) презумпции невиновности
 - г) наличия предприятия-собственника
2. Отрасль отождествляется с сознательно координируемым социальным образованием, которое направлено на создание и предложение:
 - а) разнообразных товаров и услуг
 - б) однородного товара
 - в) совершенного товара
 - г) одинаковых товаров и услуг
3. В какой рыночной структуре ограничено использование метода определения цены на основе цен конкурентов?
 - а) на рынке совершенной конкуренции;
 - б) на олигополистическом рынке;
 - в) на рынке монополистической конкуренции;
 - г) на рынке монополии.
4. Какое определение цены представляется Вам правильным для условий современной рыночной экономики:
 - а) цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуг;
 - б) цена - денежное выражение стоимости товара;
 - в) цена-форма выражения ценности, полезности благ.
5. Что из нижеперечисленного не является характеристикой деформированного рынка:
 - а) несбалансированность спроса и предложения;
 - б) чрезмерное развитие теневой экономики;
 - в) наличие в экономике разнообразных форм собственности;
 - г) отсутствие у потребителя права выбора товара.
6. Ситуация на конкретном товарном рынке, определяемая соотношением спроса и предложения на определенный товар (услугу) и другими факторами:
 - а) конъюнктура;
 - б) структура;
 - в) инфраструктура;
 - г) интеграция.
7. Качественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка, не являются:
 - а) рыночные барьеры;
 - б) открытость рынка для международной торговли;
 - в) объем предлагаемого товара;
 - г) отраслевые изменения по моде, качеству товаров
2. 8. Формирование отраслевых структур базируется на принципах
 - а) взаимной ответственности
 - б) целостности и комплексности
 - в) презумпции невиновности
 - г) наличия предприятия-собственника
9. Изменение спроса и изменение объема спроса различаются тем, что:
 - а) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса;
 - б) изменение спроса – это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса – это движение по кривой спроса;
 - в) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов;
 - г) изменение спроса – это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса – это

сдвиг кривой спроса.

10. Анализ структуры отраслевого рынка наиболее часто отождествляется с познавательной операцией, которая фиксирует:

- а) уровень концентрации покупателей однородной продукции
- б) уровень концентрации продавцов однородной продукции
- в) упорядоченность покупателей однородной продукции
- г) количество покупателей однородной продукции

Примерные практико-ориентированные задания для текущего контроля:

1. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку сложно-технического оборудования. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов – 50%; стоимость рабочей силы – 30%; постоянные расходы – 10%; коммерческие расходы – 10%.

За период исполнения заказа цены на материалы выросли на 17%, ставки номинальной заработной платы в отрасли повысились на 25%, коммерческие расходы снизились на 6%. Приняв базисную цену за 1300 условных денежных единиц, определить по формуле скольжения процент повышения цены.

2. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,17; Фирма В – 0,3; фирма С – 0,24; фирма D – 0,08; фирма Е – 0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

3. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением: $Q(L) = 40L - L^2$. Цена продукции $P = 2$, ставка заработной платы $w = 8$. Фирма управляется менеджерами, стремящимися к максимизации выплат административно-управленческому персоналу, сумма которых имеет следующую зависимость от прибыли и числа занятых: $l = 10$

Типовые контрольные работы для студентов очной формы обучения

Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)

Теоретические вопросы (оценка знаний):

1. Структура отраслевого рынка (максимум – 4 балла)
2. Понятие и классификация отраслевых рынков (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания:

(оценка умений) (максимум – 5 баллов):

1. Рассчитайте цену единицы продукции, если известно, что: объем выпуска продукции – 8 000 шт., постоянные издержки – 60 000 руб., средние переменные издержки на единицу – 10 руб., планируемый уровень рентабельности – 22%. НДС – 18%.

(оценка навыков) (максимум – 7 баллов):

1. Рассчитать максимальную цену, по которой приобретет товар предприятие розничной торговли, если по условиям реализации его розничная цена (с НДС) не может быть выше 442,5 руб., уровень торговой надбавки по данной группе товаров составляет 16 %.

Определите, приемлема ли рассчитанная цена для предприятия-изготовителя, если себестоимость производства изделия – 265,4 руб., рентабельность продукции – 14 %, ставка НДС – 18 %.

Оцените возможность наличия оптового звена между производителем и розничной торговлей, определив размер и уровень оптовой надбавки

Контрольная точка № 2 (по темам 4-5)

Теоретические вопросы (оценка знаний):

1. Методы оценки рыночной власти и их граничные значения для разных типов рынка (максимум – 4 балла)
2. Понятие стратегии фирм на отраслевых рынках (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (максимум – 5 баллов):

1. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,17; Фирма В – 0,3; фирма С – 0,24; фирма D – 0,08; фирма Е – 0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

(оценка навыков) (максимум – 7 баллов):

1. Предположим, что на рынке действуют восемь фирм. Объем их продаж представлен следующим образом (в млрд. руб.):

Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем	100	90	80	130	70	60	110	50

Определить долю на рынке каждого производителя. Рассчитать показатели концентрации. Определить рыночную структуру отрасли.

Проанализируйте уровень рыночной концентрации для одной из отраслей.

Приведите примеры дифференциации продукта на отечественных отраслевых рынках.

Чем отличаются формы горизонтальной и вертикальной дифференциации продукта?

Контрольная точка № 3 (по темам 6-8)

Теоретические вопросы (оценка знаний):

1. Понятие государственного регулирования отраслевых рынков (максимум – 4 балла)

2. Мотивы слияний и поглощений фирм на отраслевых рынках (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (максимум – 5 баллов):

1. Рассчитать емкость рынка товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3%).

(оценка навыков) (максимум – 7 баллов):

1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В 1 сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5%.

Во 2 сегменте доля фирмы составляет 6%, емкость рынка – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В 3 сегменте емкость рынка – 45 млн. шт. доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Примерная тематика курсовых работ

1. Экономические границы рынков и факторы, их определяющие.
2. Современное состояние и перспективы развития рынка сельскохозяйственной продукции
3. Современное состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса
4. Исследование отрасли (отраслевого рынка) в экономике страны.
5. Место фирмы в системе отраслевых рынков страны
6. Условия входа и выхода на отраслевой рынок страны
7. Анализ государственной отраслевой политики (на примере конкретной отрасли)
8. Регулирование естественных монополий (на конкретных примерах)
9. Анализ антимонопольной политики в различных странах.
10. Государственное регулирование отраслевых рынков в России (
11. Экономическая оценка размещения производств.
12. Специализация и концентрация промышленного производства.
13. Диверсификация в отрасли.
14. Слияния и поглощения на отраслевых рынках.
15. Олигополия и концентрация в отрасли.
16. Монополистическая конкуренция и дифференциация в отрасли.
17. Продуктовая дифференциация в отрасли.
18. Ценовая дискриминация как форма проявления монопольной власти.
19. Влияние рыночной власти на рыночную структуру.
20. Развитие сельскохозяйственной кооперации в современных условиях.
21. Современные интеграционные процессы в отрасли.
22. Рыночная инфраструктура и ее влияние на эффективное развитие отрасли.
23. Функционирование и развитие агропродовольственного рынка.
24. Совершенствование системы сбыта отраслевого продукта.
25. Повышение конкурентоспособности агропродовольственного рынка.

26. Совершенствование ценообразования на отраслевом рынке.
27. Особенности и проблемы ресурсосбережения в отрасли.
28. Современное состояние и тенденции развития рынка материально-технических ресурсов.
29. Современное состояние и тенденции развития рынка труда.
30. Факторы и пути снижения себестоимости отраслевой продукции.
31. Научно-техническое и инновационное развитие отраслевых рынков.
32. Инвестиции и эффективность инвестиционной деятельности в отрасли.
33. Экономическая эффективность и социальное значение природо-охранных и экологических мероприятий в отрасли
34. Современное состояние и тенденции развития отраслевого рынка зерна (подсолнечника, овощей, молока, мяса и др.) .

Вопросы к экзамену по дисциплине «Рынки потребительских товаров»

1. Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков.
2. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.
3. Соотношение категорий рынок и отрасль.
4. Функции, критерии выделения потребительских рынков.
5. Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров.
6. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.
7. Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.
8. Классификационные признаки рынков потребительских товаров.
9. Состав и структура рынков потребительских товаров.
10. Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров.
11. Место рынков потребительских товаров в отраслевой экономике.
12. Принципы и факторы их размещения.
13. Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав
14. Рыночная конъюнктура: понятие, классификация,
15. Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры.
16. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.
17. Необходимость выявления потребностей людей в товарах, Классификация потребностей че-ловека.
18. Способы определения потребности в товарах.
19. Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка: оценка спроса, оценка предложения.
20. Понятие отраслевых рынков и их структуры
21. Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров.
22. Содержание и классификация рыночной информации о потребительских товарах.
23. Источники получения информации о потребительских товарах: внешняя и внутренняя информация
24. Понятие рыночной концентрации. Показатели и критерии оценки рыночных структур.
25. Индекс концентрации крупнейших производителей отрасли,
26. индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмана,
27. показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей.
28. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, индекса Папандреу.
29. Методы расчета и приближительные значения для каждого вида рынка.
30. Определение границ рынка: товарных (продуктовых), географических и временных
31. Методы определения товарных границ рынка
32. Определение барьеров входа в теории организации отраслевых рынков.
33. Нестратегические и стратегические, институциональные барьеры входа
34. Оценка эффективности и высоты барьеров входа и выхода.
35. Понятие стратегии фирм. Виды рыночных стратегий.
36. Объем выпуска как объект стратегического поведения. Модели Курно и Штакельберга.
37. Стратегическая переменная цены.
38. Ценовые войны. Модель Бертрана.

39. Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированный вход в отрасль.
40. Оптимальность выбора стратегии.
41. Методология исследования рынка продовольственных товаров.
42. Понятие анализа отраслевого рынка, его цель, задачи.
43. Этапы проведения анализа отраслевых рыночных структур.
44. Виды отраслевого анализа.
45. Параметры оценки рыночных структур.
46. Ступенчатый анализ рынка.
47. Сегментирование рынка.
48. Эксперимент в теории исследования потребительского рынка.
49. Понятие государственного регулирования отраслевых рынков.
50. Основания для государственного регулирования и история вопроса.
51. Цели вмешательства государства в функционирование отраслевой структуры.
52. Инструменты государственного регулирования отраслевых рынков.
53. Типы государственной отраслевой политики.
54. Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство.
55. Принципы государственной антимонопольной политики.
56. Понятие и виды конкуренции
57. Особенности российской конкурентной политики.
58. Структура монополистической конкуренции.
59. Соотношение категорий конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность.
60. Влияние конкуренции на конкурентоспособность отраслевых товаров и производств.
61. Факторы конкурентоспособности продовольственных товаров.
62. Подходы к оценке конкурентоспособности продовольственных товаров.

Практико-ориентированные задания к экзамену по дисциплине «Рынки потребительских товаров»

1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В 1 сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 15 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы - на 5%.

Во 2 сегменте доля фирмы составляет 5%, емкость рынка - 12 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 10% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В 3 сегменте емкость рынка - 25 млн. шт. доля фирмы – 38%. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

2. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,19; Фирма В - 0,28; фирма С - 0,24; фирма D - 0,08; фирма Е - 0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

3. На отраслевом рынке действуют две фирмы с идентичными функциями издержек $TC(q) = 30q$. Функция спроса на товар описывается уравнением $Q_d = 2500 - 150P$. Найдите параметры рыночного равновесия.

4. Рассчитать емкость рынка товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 552 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 70 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 3 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 4%).

5. В текущем году первичный рынок телевизоров составил 35% от всего рынка. Рыночная доля телевизоров марки «Х» составила 15% от первичного рынка и 12% от замещающего (вторичного) рынка. Дополнительные покупки незначительны. Определите рыночную долю марки «Х».

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов. Полный перечень заданий содержится в учебно-методическом комплексе по дисциплине «Рынки потребительских товаров», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)