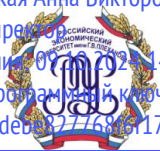



Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 07.02.2023 14:22:29
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdeb827768e11710bd179070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199



Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) программы «Коммерция»
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ им. Г.В.ПЛЕХАНОВА

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

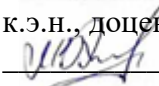
УТВЕРЖДЕНО
Протоколом заседания кафедры
товарной экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса
от «28» февраля 2023 № 7
Зав. КТРБ, к.т.н., доц.  Губа

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по учебной дисциплине
Б1.В.12 АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ
РЫНКОВ
для студентов 2020 года приема

Направление подготовки 38.03.06
Торговое дело
Направленность (профиль)
«Коммерция»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки академический бакалавриат

Составитель:
к.э.н., доцент
 З.Х. Моламусов

Краснодар
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	3
3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ....	5
5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ.....	6
6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	9
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	9
ПРИЛОЖЕНИЯ:	
1. Перечень вопросов, практических заданий к экзамену.....	12
2. Комплект тестовых заданий.....	21
4. Вопросы собеседования (устного опроса).....	35
5. Перечень тем дискуссий.....	40
6. Перечень тем для проведения деловой игры.....	41
5. Комплект заданий для выполнения контрольной работы.....	43
7. Темы рефератов.....	52
8. Образец экзаменационного билета.....	54

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы по учебной дисциплине Б1.В.12 «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков» являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций студентов направления подготовки 38.03.06. Торговое дело направленности (профиля) «Коммерция» и обеспечивают качество образовательного процесса.

Оценочные материалы входят в состав ОПОП ВО, представляют собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения студентов установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков».

Оценочные материалы по дисциплине используются при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня базовой подготовки обучающихся первого курса по общеобразовательным дисциплинам, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Менеджмент».

Виды оценочных материалов по учебной дисциплине «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в Календарно-тематическом плане учебной дисциплины.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Целью разработки оценочных материалов по учебной дисциплине «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков» является установление соответствия

знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины..

Задачи, решаемые при помощи оценочных материалов по учебной дисциплине:

- управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

- оценка достижений студентов в процессе изучения учебной дисциплины;

- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;

- изучение сущности, основных принципов, функций, эволюции развития концепций маркетинга, сегментирования и позиционирования фирмы в цепочке создания ценности;

- обеспечение необходимыми для дальнейшей практической деятельности знаниями в части создания комплекса мер целостной системы управления процессами распределения и обмена на основе социально-экономического взаимодействия разнообразных субъектов рынка с целью достижения желаемого объема продаж на целевых рынках.

3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Изучение учебной дисциплины «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков» направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

ПК-9 - готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

ПК-14 - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)		
	ПК-3	ПК-9	ПК-14
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	+		
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	+	+	
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.			+
Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и		+	+

планирования			
Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	+	+	
Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения		+	+
Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках		+	+

4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков» включает контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

Контролируемые разделы, темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные материалы		
		тестовые задания, кол-во	другие оценочные материалы	
			вид	кол-во (комплект, перечень)
Входной контроль				
1. Коммерческая деятельность	ОПК-3; ОК-2; ПК-2; ПК-6; ПК-8	20	Компьютерные тесты	1
2. Логистика	ОК-9; ОПК-5; ПК-15	20	Компьютерные тесты	1
3. Менеджмент	ОК-9, ОК-4, ОК-5, ПК-5	15	Компьютерные тесты	1
Текущий контроль				
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	ПК-3	-	Перечень вопросов для устного опроса, реферат, дискуссия по теме	3
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	ПК-3 ПК-9	-	Перечень вопросов для устного опроса, реферат, дискуссия	3
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	ПК-14	-	Перечень вопросов для устного опроса, реферат, дискуссия по теме	3
Тема 4. Внешнеэкономические	ПК-9 ПК-14	-	Перечень вопросов для	3

отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования			устного опроса, реферат, деловая игра	
Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	ПК-3 ПК-9	-	Перечень вопросов для устного опроса, реферат, дискуссия по теме	3
Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения	ПК-9 ПК-14	-	Перечень вопросов для устного опроса, реферат	2
Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	ПК-9 ПК-14	20	Перечень вопросов для устного опроса, реферат, тестирование	3
Промежуточная аттестация экзамен	ПК-3, ПК-9, ПК-14	-	Вопросы к экзамену	1
			Экзаменационные билеты	1
Всего	ПК-3, ПК-9, ПК-14	75	-	25

5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения данной дисциплины осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучающимся уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания представлены в таблице 2:

Таблица 2

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-3	<p>Знает верно и в полном объеме: методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков</p>
		ПК-9	<p>Знает верно и в полном объеме: цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка</p>
		ПК-14	<p>Знает верно и в полном объеме: методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: составить прогноз развития рынка</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.</p>
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-3	<p>Знает с незначительными замечаниями: методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков</p>
		ПК-9	<p>Знает с незначительными замечаниями: цели, задачи, принципы, методы анализа,</p>

			оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков Умеет с незначительными замечаниями: анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка Владеет навыками с незначительными замечаниями: владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка
		ПК-14	Знает с незначительными замечаниями: методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков Умеет с незначительными замечаниями: составить прогноз развития рынка Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-3	Знает на базовом уровне, с ошибками: методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков Умеет на базовом уровне, с ошибками: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию Владеет на базовом уровне, с ошибками: методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков
		ПК-9	Знает на базовом уровне, с ошибками: цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка Владеет на базовом уровне, с ошибками: владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка
		ПК-14	Знает на базовом уровне, с ошибками: методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков Умеет на базовом уровне, с ошибками: составить прогноз развития рынка Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры

			товарных рынков.
менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ПК-3	<p>Не знает на базовом уровне: методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Не умеет на базовом уровне: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию</p> <p>Не владеет на базовом уровне: методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков</p>
		ПК-9	<p>Не знает на базовом уровне: цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка</p> <p>Не владеет на базовом уровне: владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка</p>
		ПК-14	<p>Не знает на базовом уровне: методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков</p> <p>Не умеет на базовом уровне: составить прогноз развития рынка</p> <p>Не владеет на базовом уровне: навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.</p>

Оценка «Неудовлетворительно» ставятся также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к семинарским, выполнению самостоятельной работы, вопросы к зачетам, экзаменам, варианты тестовых заданий и т. п.

6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса.

(Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-11)

Промежуточная аттестация

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины.

(Вопросы к экзамену с практическими заданиями и образец экзаменационного билета представлены в Приложении 1, 11)

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.
6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения

соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (таблица 3).

Таблица 3

Наименование оценочного материала	Характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала по дисциплине	Методы оценки результатов
1. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание (Приложение 2,3,4 входной контроль), приложение 5)	Экспертный, электронный
2. Устный опрос	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами	Вопросы по темам, разделам дисциплины (Приложение 6)	экспертный
3. Дискуссия, деловая игра	Процесс обсуждения спорных вопросов, проблем и оценка умения студентов аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем, деловой игры для проведения занятия (Приложение 7,8)	экспертный
5. Комплекты заданий к контрольной работе	Задачи и задания: -репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; -реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; -творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения	Комплект разноуровневых задач и заданий (Приложение 9)	экспертный
6. Реферат	Средство, позволяющее оценить умение студента письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика рефератов (Приложение 10)	экспертный
7. Экзамен	Средство, позволяющее оценить уровень	Вопросы к экзамену	экспертный

	знаний студента в письменной или устной форме по всем темам, разделам изученной дисциплины	(Приложение 1), экзаменационные билеты (Приложение 11)	
--	--	---	--

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
 Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Вопросы для подготовки к экзамену
 по дисциплине «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков»**
 (наименование дисциплины)

для студентов 4 курса

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Номер вопроса	Перечень вопросов к экзамену
1.	История возникновения рыночного хозяйства.
2.	Актуальность изучения конъюнктуры рынка.
3.	Преимущества владения конъюнктурной информацией.
4.	Понятие конъюнктуры рынка.
5.	Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный.
6.	Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка.
7.	Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.
8.	Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность.
9.	Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен.
10.	Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.
11.	Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).
12.	Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.
13.	Необходимые предпосылки для становления товарного производства. Три крупных общественных разделений труда в обществе, приводящих к становлению рынка.
14.	Сущность рыночных отношений (рынка). Субъекты этих отношений.
15.	Инфраструктура рынка как форма проявления сути рыночных отношений.
16.	Реальные взаимоотношения между продавцом и покупателем в развитых рыночных условиях как отражение сути рыночных отношений.
17.	Особенности действия закона планомерного развития в общине и в условиях развитого рынка.
18.	Кризис как проявление законно планомерного развития в капиталистически организованном хозяйстве.
19.	Роль и функции государства в развитии планомерного характера движения рыночных отношений.
20.	Возникновение государственно-монополистического капитализма как форма

	дальнейшего развития закона планомерного развития в рыночных условиях.
21	Сущность смешанной экономики с позиций планомерности развития рыночных отношений.
22	Укажите основные противоречия государственного регулирования смешанной экономики на современном этапе ее развития на основе госзаказов и целевого планирования.
23	Виды планирования в условиях современного рынка.
24	Прогнозирование в современной экономике: сущность, формы, цели, причины развития.
25	Дайте определение понятиям: предвидение, предсказание, прогноз и план. Цель их использования в рыночных условиях.
26	Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
27	Сущность прогноза и цель его составления. Отличие прогноза от плана. Взаимосвязь прогноза и плана.
28	Понятие системы и основные свойства системы. Дерево целей в развитии объекта и системы.
29	Взаимосвязь предвидения, плана и прогноза. Типы прогнозирования.
30	Моделирование в экономике. Основные модели, используемые в экономике.
31	Взаимодействие плана и прогноза на современном этапе развития рыночных отношений.
32	Понятие социальной политики государства, ее виды и цели.
33	Прогнозирование и моделирование развития "рынка труда". Занятость населения как важнейший показатель социальной политики.
34	Сущность "человеческого капитала" и прогнозирование его увеличения в государственной социальной политике.
35	Основные стадии разработки государственных программ развития НТП.
36	Исходные предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике.
37	Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП.
38	Экономический потенциал общества: понятие, состав, структура и использование в прогнозах и планах развития национальной экономики.
39	Региональное развитие: особенности, влияние процессов внутри- и межрегионального разделения труда, международной специализации и кооперирования.
40	Особенности современной региональной политики России.
41	Типы планирования, применяемые частными предприятиями. Понятие горизонта планирования деятельности предприятия.
42	Формы внутрифирменного планирования и прогнозирования, используемые частными фирмами.
43	Этапы (стадии) процесса планирования на микроуровне.
44	Методы прогнозирования сбыта на предприятии (в организации).
45	Понятие емкости рынка.
46	Потенциальная и реальная емкости рынка.
47	Оценка конкурентной среды
48	Сущность и методы конкурентного анализа
49	Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода
50	Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
51	Процедура исследования конъюнктуры рынка
52	Прогнозирование, его сущность и методологическая база
53	Взаимосвязь прогнозирования и планирования в рыночной экономике

54	Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения
55	Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием
56	Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей
57	Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).
58	Показатели "открытости" национальной экономики
59	Проблемы прогнозирования и планирования развития внешнеэкономических отношений.
60	Субъекты планирования и прогнозирования в сфере внешнеэкономических отношений
61	Сущность и особенности микроэкономического планирования
62	Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное
63	Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов
64	Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне
65	Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования
66	Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений
67	Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное
68	Анализ стратегического потенциала предприятия
69	Анализ тенденций развития факторов макро внешней среды предприятия
70	Анализ тенденций развития рынка и его сегментов
71	Анализ потребителей и потребительских предпочтений
72	Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия

Практические задания к экзамену

Номер задачи	Перечень задач к экзамену
1	Задача 1 По результатам маркетинговых исследований реализованный спрос населения региона X в прошедшем году составил 300 млн. руб., а в текущем он возрос еще на 50 млн. руб. Цена за единицу товара X за тот же период снизилась на 10% и составила 300 руб. Эластичен ли спрос на товар X по цене?
2	Задача 2. Оптовое предприятие реализует три вида продукции А, Б, В. Руководство, проведя наблюдение в течении некоторого периода, выявило следующие закономерности: при увеличении цены объемы реализации продукции А не меняются, продукция Б – постепенно уменьшаются, продукции В – резко уменьшаются. При снижении цен объемы реализации продукции А остаются на том же уровне, продукции Б – постепенно увеличиваются, продукции В – резко возрастают. Спрос, на какую продукцию эластичен по цене?
3	Задача 3. Определить объем производства и реализации продукции на четвертый квартал в натуральных и стоимостных показателях, а также объем поставки в стоимостном выражении. Используя приведенные в таблице 1 исходные данные. Таблица 1 Исходные данные для расчета

	Продукция	Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.	Отпускная цена, руб.	Остатки готовой продукции, тыс. шт.																		
				На 01.10		На конец квартала																
				на складе готовой продукции	Продукции и отгруженной, но не оплаченной	на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной															
	Изд.А	135,0	247,0	3,4	6,3	4,0	4,5															
	Изд.Б	210,0	560,0	8,9	4,2	6,3	7,0															
	Изд.В	2050,0	985,0	51,8	73,0	61,5	68,0															
4	<p>Задача 4. На планируемый квартал завод заключил договоров и получил заказов на сумму 145млн. руб. Остатки на начало квартала составляют:</p> <p>на складе готовой продукции - 3,6 млн. рублей</p> <p>в товарах отгруженных, но не оплаченных - 2,5 млн. рублей.</p> <p>Норматив запаса готовой продукции составляет 2 млн. руб. В планируемом периоде реализованной считается продукция по факту оплаты, однако, стабильным потребителям и дилерам отгрузка осуществляется под прошедшие через банк потребителя платежные поручения. Удельный вес данной группы потребителей составляет порядка 40% объема поставки. При этом средний срок пробега платежных документов и отсрочки платежа составляет 5 дней. Определить план производства и объем реализации продукции на планируемый квартал.</p>																					
5	<p>Задача 5. Подшипниковый завод производит широкий ассортимент подшипников. На основании сформированного отделом сбыта портфеля заказов подшипник «А» отгружается вагонами, автомашинами, в контейнерах, с использованием многооборотной тары, а также малой скоростью. Расчетное количество дней, необходимое для отправки данного подшипника каждому потребителю, колеблется от 1 до 15 дней. В таблице 2 приведены данные о программе выпуска подшипника «А» и затратах времени для подготовки его отправки по видам отгрузки.</p> <p>Таблица 2</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Показатели</th> <th>Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.</th> <th>Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Виды отгрузки:</td> <td>21,9</td> <td>6,7</td> </tr> <tr> <td>- вагонами</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- контейнерами</td> <td>48,2</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>- автомашинами</td> <td>30,7</td> <td>3,9</td> </tr> </tbody> </table>							Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки	Виды отгрузки:	21,9	6,7	- вагонами			- контейнерами	48,2	2,0	- автомашинами	30,7	3,9
Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки																				
Виды отгрузки:	21,9	6,7																				
- вагонами																						
- контейнерами	48,2	2,0																				
- автомашинами	30,7	3,9																				

	- малой скоростью	98,6	1.0
	- многооборотной тарой	1,9,6	1,5
	Всего:	219,0	
	Примечание: Оптовая цена подшипника «А» за одну штуку составляет 150 рублей Определить величину запаса подшипника на складе готовой продукции в днях, штуках, рублях.		
6	Задача 6. Определить оптимальную величину серии выпускаемой продукции и среднегодового запаса, соответствующих минимальным суммарным издержкам по складированию продукции и подготовке производства. Исходные данные: 1. Возможный выпуск товара «А» за год составляет 264 тыс. штук. 2. Объем реализации за год - 60 тыс. штук 3. Средние переменные издержки - 20 дол. 4. Издержки по подготовке производства на каждую серию - 3200 дол. 5. Издержки по складированию готовой продукции составляют 22% от стоимости среднегодового запаса.		
7	Задача 7. Рассчитайте необходимое количество рабочих мест контролеров-кассиров для проектируемого магазина «Универмаг» с торговой площадью 1200 кв. м на основании следующих данных: площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя согласно СНиП – 2,5 кв. м; среднее время расчета с одним покупателем – 40 сек. ; коэффициент использования рабочего времени кассира – 0,9.		
8	Задача 8. Определить оптимальные параметры поставок материалов (сырья) одного вида (оптимальный размер одной поставки, средний текущий запас, точку заказа, интервал между поставками, число поставок, минимальные годовые затраты) при соблюдении сроков поставки по исходным данным. Сделать выводы. Исходные данные: Годовая потребность в материалах = 1200 шт. Стоимость хранения единицы материала в месяц = 280 ден. ед. Стоимость заказа и доставки одной партии, в т.ч. НДС = 420 ден. ед. Время доставки материала от поставщика = 25 дней.		
9	Задача 9. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.		
10	Задача 10. Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных: площадь торгового зала – 200 кв. м, площадь выкладки товаров – 120 кв. м, площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м. При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.		
11	Задача 11. Выберите для внедрения систему распределения из трех предлагаемых, если для каждой из систем известны значения по следующим параметрам:		

	Показатель	Система 1	Система 2	Система 3
	Годовые эксплуатационные затраты, у.е.	7050	9020	6100
	Годовые транспортные затраты, у.е.	3500	4850	7040
	Единовременные затраты, у.е.	50000	60000	40000
	Срок окупаемости системы, лет	5,2	5,5	4,9
12	<p>Задача 12. Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте. Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года:</p> <p>I квартал – 60 000 кв.м, II квартал – 100 000 кв.м, III квартал – 120 000 кв.м, IV квартал – 100 000 кв.м.</p> <p>При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы.</p>			
13	<p>Задача 13. Рассчитайте потребность в электропогрузчиках для склада на основании следующих данных:</p> <p>годовой грузооборот склада – 68800 т; электропогрузчиками обрабатывается 90% грузооборота; склад работает в одну смену (продолжительность смены – 10 часов); эксплуатационная производительность электропогрузчика – 11000 кг/час; коэффициент неравномерности грузооборота – 1,2; количество нерабочих дней в году – 105.</p>			
14	<p>Задача 14. Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?</p>			
15	<p>Задача 15. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:</p> <p>Товарооборот- 485676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 441479 тыс.руб. Издержки обращения – 12142 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>			
16	<p>Задача 16. Определить объем валовой прибыли предприятия, рентабельность хозяйственной деятельности, на основе следующих данных:</p> <p>Товарооборот- 375676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 341479 тыс.руб. Издержки обращения – 2142 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>			
17	<p>Задача 17. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж,</p>			

	<p>чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 585676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 521479 тыс.руб. Издержки обращения – 842 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
18	<p>Задача 18. Определить объем валового дохода и чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 285676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 241479 тыс.руб. Издержки обращения – 742 тыс.руб.</p>
19	<p>Задача 19. Определить объем издержек обращения предприятия на основе следующих показателей: Товарооборот – 593638 тыс.руб. Себестоимость - 555312 Валовой доход – 38326 тыс.руб. Прибыль от продаж – 18326 тыс.руб.</p>
20	<p>Задача 20. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 355476 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 311079 тыс.руб. Издержки обращения –944 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
21	<p>Задача 21. Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 593638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 555312 тыс.руб. Валовой доход –38326тыс.руб. Проценты к получению – 388 тыс.руб. Проценты к оплате – 1182 тыс.руб. Прочие доходы – 8891 тыс.руб. Прочие расходы – 15676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
22	<p>Задача 22. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных: Товарооборот- 493638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 455312 тыс.руб. Проценты к получению – 288 тыс.руб. Проценты к оплате – 982 тыс.руб. Прочие доходы – 3891 тыс.руб. Прочие расходы – 5676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
23	<p>Задача 23 Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 693638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 605312 тыс.руб. Прочие доходы – 9891 тыс.руб. Прочие расходы – 10676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
24	<p>Задача 24 Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 5768 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 4163 тыс.руб. Управленческие расходы –142 тыс.руб.</p>

	Примечание налог на прибыль составляет 20%.
25	Задача 25. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 5103тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 4227 тыс.руб. Издержки обращения –802 тыс.руб. Прочие расходы. – 39 тыс.руб. Прочие доходы – 29 тыс.руб.
26	Задача 26. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 6203тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
27	Задача 27. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 6203тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
28	Задача 28. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 7303тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 6225 тыс.руб. Коммерческие расходы – 512 тыс.руб. Управленческие расходы – 387 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
29	Задача 29. Определить объем чистой прибыли и рентабельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 8426 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 7315 тыс.руб. Коммерческие расходы – 600 тыс.руб. Управленческие расходы – 306 тыс.руб. Прочие расходы. – 64 тыс.руб. Прочие доходы – 51 тыс.руб.
30	Задача 30. Определить объем прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 9425 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 8314 тыс.руб. Коммерческие расходы – 500 тыс.руб. Управленческие расходы – 400 тыс.руб.
31	Задача 31. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 9293тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 24 тыс.руб. Прочие доходы – 32 тыс.руб.
32	Задача 32. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на

	<p>основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 8392тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5225 тыс.руб. Коммерческие расходы – 802 тыс.руб. Управленческие расходы – 497 тыс.руб.</p>
33	<p>Задача 33. Определить объем валовой прибыли предприятия и прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 10392тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5005 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1014 тыс.руб. Управленческие расходы – 907 тыс.руб.</p>
34	<p>Задача 34. Определить объем прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 11492тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 6113 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1103 тыс.руб. Управленческие расходы – 717 тыс.руб. Прочие расходы. – 104 тыс.руб. Прочие доходы – 92 тыс.руб.</p>
35	<p>Задача 35. Определить объем чистой прибыли, на основе следующих данных: Товарооборот- 15582тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 7723 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1028 тыс.руб. Управленческие расходы – 825 тыс.руб. Прочие расходы. – 527 тыс.руб. Прочие доходы – 678 тыс.руб. Налог – 20%</p>
36.	<p>Задача 36. Определить рентабельность коммерческой деятельности, на основе следующих данных: Товарооборот- 25692тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 18613 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1101 тыс.руб. Управленческие расходы – 934 тыс.руб. Прочие расходы. – 401 тыс.руб. Прочие доходы – 329 тыс.руб. Налог – 20%</p>

Преподаватель КТРБ,
к.э.н., доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Менеджмент»**

1. Тестовый вопрос 1:

Менеджмент – это:

- а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства;
- б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации;
- в) управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями;
- г) деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений.

2. Тестовый вопрос 2:

В системе управления организацией - объект управления - это?

- а) связующая подсистема;
- б) управляющая подсистема;
- в) финансовая подсистема;
- г) управляемая подсистема.

3. Тестовый вопрос 3:

Метод управления - это:

- а) совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей;
- б) существенные, повторяющиеся, объективные взаимосвязи явлений и процессов в хозяйственной деятельности;
- в) совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определённую целостность;
- г) область трудовой деятельности.

4. Тестовый вопрос 4:

Какие факторы влияют на внешнюю среду организации?

- а) прямые и косвенные;
- б) основные и дополнительные;
- в) главные и второстепенные;
- г) глобальные и локальные.

5. Тестовый вопрос 5:

Что является источником власти и управления?

- а) знания;
- б) техника;
- в) собственность;
- г) люди.

6. Тестовый вопрос 6:

Какие виды деятельности принято различать в современном менеджменте?

- а) деятельность по управлению техническими средствами;

б) управленческая деятельность по координации действий людей, управления факторами производства;

в) управленческая деятельность по организации действий на рынке товаров и услуг;

г) деятельность по строительству.

7. Тестовый вопрос 7:

Какие из ниже перечисленных функций управления относятся к общим?

а) мотивация;

б) информирование;

в) контроль;

г) принятие решений.

8. Тестовый вопрос 8:

Понятие категории управления включает:

а) принципы;

б) техника управления;

в) функции;

г) методы управления.

9. Тестовый вопрос 9:

Что определяет статику системы управления?

а) функции;

б) структура;

в) технология процесса управления;

г) цели.

10. Тестовый вопрос 10:

Система характеризуется следующими элементами:

а) входом;

б) процессом;

в) ценой;

г) выходом.

11. Тестовый вопрос 11:

Внутренняя среда организации – это:

а) люди;

б) информационные связи;

в) конкуренты;

г) законы.

12. Тестовый вопрос 12:

Основной задачей организации является:

а) совершенствование структуры управления;

б) увеличение прибыли;

в) внедрение инноваций;

г) производство продукции и услуг.

13. Тестовый вопрос 13:

Суть управления состоит:

а) в выработке, принятии и реализации управленческого решения

б) в исполнении управленческого решения

в) в достижении прибыли организацией

г) в устранении конкурентов.

14. Тестовый вопрос 14:

Организационная структура представляет собой:

а) создание условий для эффективной работы сотрудников

б) подбор специалистов, распределение задач, прав и ответственности, создание условий для эффективной работы сотрудников, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями

в) подбор специалистов, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями

г) руководство компании не интересуется организационная структура, самое главное результат.

15. Тестовый вопрос 15:

При создании структуры управления учитывают:

а) численность управленческого аппарата;

б) норму управляемости;

в) прямые и обратные связи;

г) должностные инструкции.

Критерии оценки:

«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;

«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;

«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Логистика»**

Тестовое задание

1. Запасы в логистической системе служат...

- А) в качестве буфера между транспортом, производством и реализацией;
- Б) для компенсации задержек, связанных с движением материалов;
- В) для экономии на транспортных издержках;
- Г) для изготовления продукции.

2. Выбор поставщика зависит от...

- А) цены и качества продукции;
- Б) географического положения;
- В) длительности отношений с поставщиками.

3. Процесс обеспечения предприятия материальными ресурсами, размещение ресурсов на складе предприятия и выдача их в производство – это логистика...

- А) производственная;
- Б) закупочная;
- В) информационная;
- Г) сбытовая;
- Д) финансовая.

4. Оптимальный заказ определяется с учетом...

- А) накладных расходов (транспортно-заготовительных);
- Б) потребности в материалах (объема материальных потоков);
- В) затрат на хранение единицы продукции;
- Г) качества материала.

5. К закупочной логистике НЕ относится...

- А) закупка оборудования;
- Б) выбор поставщика;
- В) реклама товаров;
- Г) контроль качества сырья и материалов;
- Д) погрузочно-разгрузочные работы;
- Е) расчет денежных средств для закупки товаров и материалов.

6. Гибкость поставки означает...

- А) возможность изменения маршрута;
- Б) способность учитывать пожелания клиентов;
- В) возможность изменения вида тары;
- Г) отношение к жалобам при некомплектных поставках;
- Д) возможность изменения средств транспортировки.

7. К функциям закупочной логистики относится...

- А) планирование процесса реализации;
- Б) выбор поставщиков;
- В) выбор типа транспортного средства;
- Д) сегментация потребительского рынка.

8. При выборе поставщика учитывается...

- А) качество товара;
- Б) цена товара;
- В) упаковка товара;
- Г) наличие документации о тестировании входящего сырья и материалов;
- Д) наличие документации об обучении и повышении квалификации персонала.

9. Задачи, связанные с реализацией функции снабжения:

- А) что закупить;
- Б) сколько закупить;
- В) у кого закупить;
- Г) как упаковать;
- Д) как организовать рекламу.

10. Функции закупочной логистики:

- А) выбор поставщика;
- Б) определение потребностей в материальных ресурсах;
- В) контроль за сроками поставок;
- Г) контроль за качеством складирования;
- Д) контроль за отпуском товаров.

11. Объектом изучения производственной логистики являются...

- А) промышленные предприятия;
- Б) оптовые предприятия;
- В) пункты розничной торговли;
- Г) грузовые станции.

12. Тянущие системы обеспечивают...

- А) удовлетворение рыночного спроса;
- Б) пополнение запаса готовой продукции на складе;
- В) ускорение транспортных операций.

13. Толкающие системы обеспечивают...

- А) удовлетворение рыночного спроса;
- Б) пополнение запаса готовой продукции на складе;
- В) ускорение транспортных операций.

14. Логистическая концепция организации производства включает...

- А) отказ от избыточных запасов;
- Б) отказ от изготовления серий деталей, на которые нет заказа;
- В) изготавливать продукцию большими партиями;
- Г) никогда не останавливать основное оборудование;
- Д) устранение простоев оборудования.

15. Принципы производственной логистики:

- А) однонаправленность;
- Б) разносторонность;
- В) гибкость;
- Г) жесткость;
- Д) синхронизация потоков;
- Е) интеграция потоков.

16. Объектом изучения производственной логистики являются...

- А) внутрипроизводственные логистические системы;
- Б) требования к качеству производства;
- В) программа регулирования сбыта на рынке;
- Г) внутрипроизводственные связи.

17. Понятие "толкающая система" применяется...

- А) в производственной логистике;
- Б) в системе управления запасами;

- В) в сбытовой логистике;
- Г) в информационной логистике;
- Д) в транспортной логистике.

18. Понятие "тянущая система" применяется...

- А) в производственной логистике;
- Б) в системе управления запасами;
- В) в сбытовой логистике;
- Г) в транспортной логистике.

19. МРП – это система...

- А) "толкающая";
- Б) "тянущая";
- В) "выталкивающая";
- Г) "вытягивающая".

20. "Канбан" – это система...

- А) "толкающая";
- Б) "тянущая";
- В) "выталкивающая";
- Г) "вытягивающая".

Критерии оценки:

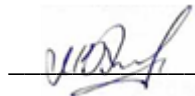
«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;

«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;

«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Коммерческая деятельность»**

1. Задание

Что такое «глубина» товарной номенклатуры?

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы
- б) это общая численность ассортиментных групп
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара ассортиментной группы
- г) нет правильного ответа

2. Задание

Какие особенности не характерны для рынка товаров промышленного назначения:

- а) на нем меньше покупателей
- б) покупатели товаров профессионалы
- в) спрос на товары промышленного назначения не меняется
- г) нет правильного ответа

3. Задание

В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:

- а) «рынок покупателя»
- б) «рынок продавца»
- в) равновесный рынок
- г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда

4. Задание

В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

5. Задание

К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров
- б) хранение товаров
- в) изучение и прогнозирование спроса
- г) подсортировка товаров
- д) заключение договоров на поставку товаров
- е) рекламно-информационная работа

6. Задание

Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук:
(укажите лишнее)

- а) экономика
- б) философия
- в) маркетинг
- г) право
- д) менеджмент

7. Задание

К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:

- а) риск потери контроля над фирмой
- б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму
- в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу
- г) верно все

8. Задание

Собственник денежного капитала, фирмы - это:

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

9. Задание

Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы
- б) не может повлиять на размер своего дохода
- в) отделен от управления

10. Задание

Что из приведённого ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъёмно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации
- г) автомобильный транспорт
- д) здания

11. Задание

Сведения, которые уже где-то существуют, будучи ранее собранными, для других целей - это информация:

- а) Первичная
- б) Вторичная

12. Задание

Перечисленные ниже утверждения относятся к достоинствам:

- быстрый сбор
- относительно недорого
- возможность сопоставления данных из нескольких источников
- невозможность получить необходимые сведения самостоятельно
- весьма достоверна; дает более полное представление о рассматриваемых

проблемах

- а) первичной информации
- б) вторичной информации

13. Задание

Перечисленное ниже утверждение относится к:

выработка и принятие решений осуществляются руководителем совместно с подчинёнными, исполнители знают свой круг обязанностей и чётко взаимодействуют друг с другом.

- а) демократическому стилю управления
- б) директивному стилю управления

14. Задание

Перечисленные ниже утверждения относятся к недостаткам:

слабо учитываются постоянно изменяющиеся внутренние и внешние условия деятельности торгового предприятия;

нерациональное распределение информационных потоков;
превышаются нормы управляемости, особенно у руководителей высшего звена.

- а) линейно-функционального управления;
- б) матричного управления;
- в) функционального управления;
- г) дивизионального управления.

15. Задание

Основная причина существования оптовой торговли, как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

16. Задание

Продвижение товара - это:

- а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью
- б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем
- в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации
- г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара

17. Задание

Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

- а) специальные купоны на упаковке
- б) бесплатные образцы
- в) распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь
- г) демонстрация (образцов товаров)

18. Задание

Оптовая ярмарка-выставка отличается от продовольственного рынка:

- а) нет отличий
- б) эпизодичностью поведения
- в) организацией проведения

19. Задание

Кто из перечисленных посредников не относится к зависимым?

- а) брокер
- б) комиссионер
- в) дилер
- г) агент

20. Задание

С чем связано появление маркетинга в коммерческой деятельности торгового предприятия?

- а) технический прогресс
- б) обострение конкуренции товаропроизводителей
- в) расширение торговых связей
- г) обострение конкуренции покупателей

Критерии оценки:

«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 –

100%;

«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;

«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»**

1. ... - это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке в данный момент или ограниченный период времени.
 - а) конъюнктура товарного рынка
 - б) маркетинговые исследования
 - в) рыночная информация
 - г) конъюнктурные исследования

2. Конъюнктурные исследования связаны с изучением ... , предложения и цены по отдельным сегментам рынка, в соотношениях с емкостью и объемом интересующих фирму сегментов, эластичности спроса и эластичности предложения, условий
 - а) конкуренции
 - б) типа рынка
 - в) экономики
 - г) спроса
 - д) состояния рынка

3. - разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбора
 - а) целевых сегментов рынка.
 - б) изучения рынка
 - в) анализа рынка
 - г) прогнозирования рынка
 - д) сегментирования

4. Конъюнктура ... рынка является составным компонентом общеэкономической конъюнктуры страны и, в известной мере, мировой конъюнктуры.
 - а) товарного
 - б) местного
 - в) отдельного
 - г) экономического

5. – научно обоснованное предсказание вероятностного развития событий или явлений на будущее на основе статистических, социальных, экономических и других
 - а) исследований.
 - б) прогнозирования
 - в) анализа
 - г) систематизация
 - д) сегментация

6. К рыночным индикаторам относятся:
- а) поступление товаров
 - б) продажа товара
 - в) цены
 - г) интерес к ноу-хау
 - д) оптимизация производственного процесса
 - е) товарные запасы

7. Задача прогнозирования состоит в:
- а) выявлении структуры объекта прогнозирования;
 - б) выявлении связей в функционировании общественного развития;
 - в) выявлении противоречия между структурными элементами и связями
 - г) функционирования общественного развития;
 - д) выявлении закономерностей внутреннего строения объекта прогнозирования.

8. Конъюнктуру рынка нельзя определить, как:
- а) определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом на рынке или в его сегменте;
 - б) складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торгово-организационные и другие условия реализации товаров;
 - в) наиболее выгодные для производителя условия продажи товаров определенной группы в конкретном месте и в данный период времени;
 - д) результат взаимодействия факторов и условий, определяющих структуру, динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги;

9. Конъюнктура товарного рынка представляет собой
- А) состояние экономики страны или ее отдельных регионов;
 - Б) текущее состояние международной торговли;
 - В) ситуация, когда спрос равен предложению при стабильном уровне цен;
 - Г) текущая ситуация, складывающаяся на рынке определенного вида товаров;

10. Под ... (впишите пропущенное слово с заглавной буквы на русском языке в именительном падеже) понимается платежеспособная потребность населения, т. е. желание и возможность приобрести товар, складывающаяся под влиянием множества постоянно меняющихся требований покупателей и других факторов.

11. Закон предложения гласит:
- а) снижение цены ведет к росту объема спроса;
 - б) повышение цены ведет к сокращению спроса;
 - в) повышение цены ведет к снижению объема предложения;
 - г) увеличение цены ведет к росту объема предложения.

12. К основным целям и задачам конъюнктурного исследования не относятся следующие:
- а) одновременное получение фирмой прибыли;
 - б) определение нужд и потребностей целевого рынка и наиболее эффективное их удовлетворение;
 - в) прогнозирование изменений рыночной ситуации и управление ею;
 - г) сохранение или укрепление благополучия потребителя и общества в целом
 - д) кратковременное увеличение объема спроса

13. В каком из перечисленных определений заложена опасность неверного понимания роли маркетинга для исследования конъюнктуры рынка?

- а) Маркетинг – это стратегия и тактика поведения и взаимодействия участников рыночных отношений, когда эффективное решение проблем потребителей ведет к рыночному успеху фирм и приносит пользу обществу;
- б) Маркетинг – это система внутрифирменного управления, нацеленная на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы с целью обеспечения намеченного фирмой уровня рентабельности;
- в) Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на сбыт продукции, не пользующейся спросом населения;
- г) Маркетинг – это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги посредством обмена.

14. Конъюнктурное исследование – это:

- а) Исследование конкурентов;
- б) Постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
- в) Сбор, анализ и обобщение данных о спросе, предложении, уровне цен для оценки текущей и прогнозирования рыночной ситуации на ближайшее будущее;
- г) Исследование спроса и предпочтений населения.

15. Какие черты не присущи совершенной конкуренции?

- а) На рынке действует одна фирма, контролирующая цены и рынки сбыта;
- б) На рынке действует множество разнообразных фирм, которые имеют возможность свободного входа и выхода, производят разнообразную продукцию и не могут контролировать цены;
- в) На рынке имеется множество производителей уникальных товаров;
- г) Рынок контролируют несколько фирм, которые следят за уровнем цен и ограничивают свободный вход других конкурентов.

16. Следствием конкуренции является

- а) повышение качества товаров и услуг и рост цен;
- б) появление монополистов на рынке, производящих уникальную продукцию;
- в) дефицит товаров на рынке;
- г) увеличение ассортимента товаров высокого качества и снижение цен.

17. Комплексное исследование рынка не включает следующие основные процедуры:

- а) формирование потребностей и прогнозирование спроса;
- б) сбор данных о товарах, конкурентах и анализ конкурентоспособности предприятия;
- в) сегментирование рынка и позиционирование товара;
- г) выбор стратегии маркетинга
- д) стимулирование сбыта

18. Экономические факторы включают в себя:

- а) денежно-кредитная политика,
- б) климатические условия;
- в) бюджетная политика
- г) уровень образования
- д) налоговая политика,

19. Отличительной чертой конъюнктуры рынка не является... ;

20. К рыночным индикаторам не относятся:
- а) поступление товаров
 - б) продажа товара
 - в) цены
 - г) интерес к ноу-хау
 - д) оптимизация производственного процесса
 - в) товарные запасы

Критерии оценки:

«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;

«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;

«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Вопросы для коллоквиума (устного опроса)

по дисциплине **«Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»**
(наименование дисциплины)

Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей

Литература: О-1; Д-1; Д-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Актуальность изучения конъюнктуры рынка.
2. Преимущества владения конъюнктурной информацией.
3. Понятие конъюнктуры рынка.
4. Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка.
2. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.

Вопросы для обсуждения

10. Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации.
11. Показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (товарооборот), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения); динамика рынка (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции); уровень устойчивости и колеблемости основных параметров рынка в динамике и в пространстве; уровень рыночного риска (оценка вероятности потерпеть поражение на рынке); сила и размах конкурентной борьбы (число конкурентов, их активность).
12. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа.
13. Рыночные индикаторы.

Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка

Литература: О-1; Д-1.

Вопросы для самопроверки:

1. Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность.
2. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен.
3. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).
2. Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и методологическая основа планирования.
2. Формы планирования.
3. Прогнозирование, его сущность и методологическая база.
4. Взаимосвязь прогнозирования и планирования в рыночной экономике.
5. Отражение в теоретических концепциях этой взаимосвязи.
6. Формы сочетания плана и рынка в различных экономических системах: история и практика.

Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-1; Д-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием.
2. Влияние географического положения, природно-ресурсного потенциала и положения региона в системе межрегионального и международного разделения труда на процесс формирования региональных планов и прогнозов.
3. Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Цели и задачи общегосударственного и регионального уровня управления региональным развитием.
2. Долгосрочные планы развития регионов в контексте новых концепций регионального развития.
3. Зарубежный опыт планирования и программирования регионального развития в условиях рынка.

Вопросы для обсуждения

1. Что объединяет и в чем различие понятий: план, прогноз, предвидение, предсказание.
2. Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
3. Что приводит к повышению рисков в экономической деятельности макроэкономических субъектов?
4. Что изучает наука прогностика в современном рынке? Зачем нужно что-то прогнозировать? Какова основная цель прогнозирования?
5. Понятие социальной политики государства, ее виды и цели. Что отличает активную социальную политику государства от пассивной?

Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-1; Д-2.

Вопросы для самопроверки:

1. Межгосударственный, межрегиональный, межфирменный и индивидуальный уровни развития и управления внешнеэкономической деятельностью.
2. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок,

экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).

Вопросы для обсуждения

1. В мире ежегодно патентуется множество изобретений и выдаются свидетельства на технологические новшества. Почему большинство из них не находит своего применения, а применяемые внедряются через 10-20 лет?

2. Назовите исходные предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике.

3. Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП. Достаточно ли государству поддерживать только разработку различных инновационных направлений и открытий?

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Проблемы прогнозирования и планирования развития внешнеэкономических отношений.

2. Субъекты планирования и прогнозирования в сфере внешнеэкономических отношений.

Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-2; Д-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Сущность и особенности микроэкономического планирования.

2. Факторы, определяющие процесс и формы планирования на микроуровне: объем производственной деятельности, степень постоянства и устойчивости хозяйственных связей, стиль и используемые методы управления, организационно правовая форма предприятия, работа на неизвестный рынок или участие в совместной деятельности в форме скооперированного звена и др.

Вопросы для самопроверки:

1. Сущность, цели и задачи технико-экономического планирования хозяйственной деятельности предприятия.

2. Необходимость взаимоувязки и взаимообусловленность планов финансового, маркетинга и плана технико-экономического развития предприятия

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и особенности микроэкономического планирования.

2. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.

3. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.

4. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне.

5. Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования.

6. Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования.

2. Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений.

3. Особенности планомерной организации деятельности предприятий и фирм в составе финансово-промышленной группы, транснациональных компаний (ТНК), внутриотраслевых и межотраслевых комплексов, включая территориально-производственные комплексы (ТПК).

Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-3; Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие емкости рынка.
2. Потенциальная и реальная емкости рынка.
3. Потенциал рынка: производственный потенциал и потребительский потенциал.
4. Основные цели определения емкости рынка.
5. Факторы, определяющие емкость товарного рынка: объем и структура товарного предложения; ассортимент и качество выпускаемых товаров; размеры импорта по данному товару или товарной группе; достигнутый уровень жизни и потребностей населения; уровень соотношения цен на товары; численность населения; социальный и половозрастной состав населения; степень насыщенности рынка; состояние сбытовой, торговой и сервисной сети; географическое положение рынка.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Влияние тенденций развития соответствующих отраслей, инвестиционной политики предприятий, процессов в смежных отраслях на емкость товарного рынка.
2. Понижающаяся конъюнктура и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость рынка.
3. Способы прогноза емкости рынка: анкетирование населения/экспертов, экстраполяция, аналитическое моделирование.

Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-2; Д-3; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие конкуренции и конкурентного преимущества.
2. Виды конкурентных преимуществ.
3. Понятие конкурентоспособности.
4. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу: размер рынка, темп роста рынка, мощности, барьеры для входа или выхода, цена, уровень стандартизации товаров, требования к размерам необходимых капитальных вложений, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Варианты изменения конкуренции.
2. Современные технологии стратегического маркетингового анализа.
3. Современные методы оценки внешней среды предприятия

Вопросы для обсуждения

1. Какие факторы влияют на усиление конкуренции?
2. Барьеры входа и выходы на рынок.
3. Доля рынка.
4. Что такое издержки переключения?
5. Что такое нехватка дифференциации?

Критерии оценки:

Устный опрос – 0,5 балла.

0,5 балл выставляется студенту, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала.

0,4 балла выставляется студенту, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы.

0,3 балла выставляется студенту, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов.

0,2 балла выставляется студенту, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов за задаваемые дополнительные вопросы.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Перечень тем дискуссий
по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»
(наименование дисциплины)

Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей
Дискуссия по теме «Степень деловой активности предприятия (наполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок)»

Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка
Дискуссия по теме Методы опроса, метод «Дельфи»

Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.
Дискуссия по теме «Предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике».

Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование
Дискуссия по теме «Особенности планомерной организации деятельности предприятий и фирм в составе финансово-промышленной группы, транснациональных компаний (ТНК), внутриотраслевых и межотраслевых комплексов, включая территориально-производственные комплексы (ТПК)».

Критерии оценки:

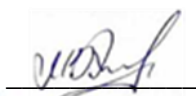
Дискуссия – 1,5 балла.

1,5 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

1 балл выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

0,5 балла выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

СОГЛАСОВАНО



Куринный Р.С., руководитель Департамента
потребительской сферы и регулирования рынка
алкоголя Краснодарского края

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Перечень тем для проведения деловой игры
по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»
(наименование дисциплины)

**Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы
прогнозирования и планирования**

Деловая игра

Деловая игра "Мозговой штурм" - продуктивный способ выдвижения новых идей. Этот метод развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и т.д.

Порядок проведения деловой игры

1. Постановка проблемы. **Большинство изобретений не находят своего применения, а применяемые внедряются через 10-20 лет. Как изменить ситуацию?**

Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения и поведения в процессе "мозговой атаки".
Формирование нескольких рабочих групп по 3-5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей. Время -10 мин.

2. Разминка.

Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа - помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и т.п.).

Возможные общие темы для обсуждения на данном этапе:

- Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности?

Объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

- Какое применение можно найти для женской пудреницы? (Дайте максимум идей.) и др.

Время -15-20 мин.

3. "Мозговая атака" - поставленной проблемы.

Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи. Время -10-15 мин.

4. Оценка и подбор наилучших идей.

Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают. Время -10-15 мин.

5. Сообщение о результатах "мозговой атаки".

Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие коллективного решения.

Критерии оценки:

Деловая игра – 1,5 балла.

1,5 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

1 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

0,5 балла выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

0,2 балла ответ является неправильным в целом или содержит в основном ошибочные положения, не отражает суть обсуждения.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
 Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы
 студентами заочной формы обучения
 по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»
 (наименование дисциплины)**

Контрольная работа является формой закрепления и контроля теоретических знаний и практических навыков, полученных студентом во время изучения данной дисциплины. Она выполняется по окончании лекционных и практических занятий в сроки, предусмотренные учебным планом.

Цель контрольной работы - изучение ключевых вопросов программы и привитие навыков самостоятельного изучения учебного материала. Контрольная работа должна показать умение студента кратко и точно отвечать на поставленные в теме вопросы, находить, систематизировать и использовать необходимый материал.

Для написания контрольной работы следует использовать не только литературные источники, но и личные наблюдения, производственный опыт, консультации опытных специалистов в области маркетинга. Перед написанием контрольной работы следует обратиться к конспекту лекций по раскрываемым в них вопросам, ознакомиться с ними в учебной и специальной литературе, в периодических журнальных изданиях. В практической части контрольной работы студент должен ответить на поставленные вопросы, решить задачи, разобрать ситуации, дать пояснения и сделать выводы.

Контрольная работа, выполненная не по распределению, не зачитывается.

Контрольная работа включает 25 вариантов, которые распределены между студентами по начальным буквам их фамилий следующим образом:

Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы	Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы
А	1	П	15
Б	2	Р	16
В	3	С	17
Г	4	Т	18
Д	5	У	19
Е	6	Ф	20
Ж	7	Х	21
З	8	Ц, Ч	22
И	9	Ш, Щ	23
К	10	Э, Ю	24
Л	11	Я	25
М	12		
Н	13		
О	14		

Варианты контрольных работ

Вариант 1

1. История возникновения рыночного хозяйства
2. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.
3. Задача По результатам маркетинговых исследований реализованный спрос населения региона X в прошедшем году составил 300 млн. руб., а в текущем он возрос еще на 50 млн. руб. Цена за единицу товара X за тот же период снизилась на 10% и составила 300 руб. Эластичен ли спрос на товар X по цене?.

Вариант 2

1. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен.
2. Актуальность изучения конъюнктуры рынка
3. Автомобили должны перевезти грузы массой 450 т на маятниковом маршруте с обратным не полностью груженым пробегом. При этом грузоподъемность автомобиля составляет 5 т, расстояние перевозки в прямом направлении 20 км, расстояние перевозки в обратном направлении 15 км, статический коэффициент использования грузоподъемности равен 1,0, расстояние ездки автомобиля без груза равно 8 км, время погрузки автомобиля 15 мин, время разгрузки - 20 мин, техническая скорость автомобиля - 30 км/ч, время работы автомобиля на маршруте 7,5 ч. Определить необходимое количество автомобилей для перевозки груза и коэффициент использования пробега автомобиля за один оборот.

Вариант 3

1. Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность
2. Преимущества владения конъюнктурной информацией
3. Задача Определить объем производства и реализации продукции на четвертый квартал в натуральных и стоимостных показателях, а также объем поставки в стоимостном выражении. Используя приведенные в таблице 1 исходные данные.

Таблица 1 Исходные данные для расчета

Продукция	Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.	Отпускная цена, руб.	Остатки готовой продукции, тыс. шт.			
			На 01.10		На конец квартала	
			на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной	на складе готовой продукции	Продукции и отгруженной, но не оплаченной
Изд.А	135,0	247,0	3,4	6,3	4,0	4,5
Изд.Б	210,0	560,0	8,9	4,2	6,3	7,0
Изд.В	2050,0	985,0	51,8	73,0	61,5	68,0

Вариант 4

1. Понятие конъюнктуры рынка
2. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.
3. Задача. На планируемый квартал завод заключил договоров и получил заказов на сумму 145млн. руб. Остатки на начало квартала составляют:
на складе готовой продукции - 3,6 млн. рублей
в товарах отгруженных, но не оплаченных - 2,5 млн. рублей.

Норматив запаса готовой продукции составляет 2 млн. руб. В планируемом периоде реализованной считается продукция по факту оплаты, однако, стабильным потребителям и дилерам отгрузка осуществляется под прошедшие через банк потребителя платежные поручения. Удельный вес данной группы потребителей составляет порядка 40% объема поставки. При этом средний срок пробега платежных документов и отсрочки платежа составляет 5 дней. Определить план производства и объем реализации продукции на планируемый квартал

.Вариант 5

1. Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный.
2. Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка
3. Задача. Подшипниковый завод производит широкий ассортимент подшипников. На основании сформированного отделом сбыта портфеля заказов подшипник «А» отгружается вагонами, автомашинами, в контейнерах, с использованием многооборотной тары, а также малой скоростью. Расчетное количество дней, необходимое для отправки данного подшипника каждому потребителю, колеблется от 1 до 15 дней. В таблице 2 приведены данные о программе выпуска подшипника «А» и затратах времени для подготовки его отправки по видам отгрузки.

Таблица 2

Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки
Виды отгрузки: - вагонами	21,9	6,7
- контейнерами	48,2	2,0
- автомашинами	30,7	3,9
- малой скоростью	98,6	1,0
- многооборотной тарой	1,9,6	1,5
Всего:	219,0	

Примечание:

Оптовая цена подшипника «А» за одну штуку составляет 150 рублей

Определить величину запаса подшипника на складе готовой продукции в днях, штуках, рублях.

Вариант 6

1. Возникновение государственно-монополистического капитализма как форма дальнейшего развития закона планомерного развития в рыночных условиях.
2. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).
3. Задача. Определить оптимальную величину серии выпускаемой продукции и среднегодового запаса, соответствующих минимальным суммарным издержкам по складированию продукции и подготовке производства.

Исходные данные:

1. Возможный выпуск товара «А» за год составляет 264 тыс. штук.
2. Объем реализации за год - 60 тыс. штук

3. Средние переменные издержки - 20 дол.
4. Издержки по подготовке производства на каждую серию - 3200 дол.
5. Издержки по складированию готовой продукции составляют 22% от стоимости среднегодового запаса.

Вариант 7

1. Роль и функции государства в развитии планомерного характера движения рыночных отношений.
2. Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.
3. Задача. Рассчитайте необходимое количество рабочих мест контролеров-кассиров для проектируемого магазина «Универмаг» с торговой площадью 1200 кв. м на основании следующих данных:
площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя согласно СНиП – 2,5 кв. м;
среднее время расчета с одним покупателем – 40 сек.;
коэффициент использования рабочего времени кассира – 0,9

Вариант 8

1. Кризис как проявление законно планомерного развития в капиталистически организованном хозяйстве.
2. Необходимые предпосылки для становления товарного производства. Три крупных общественных разделений труда в обществе, приводящих к становлению рынка.
3. Задача. Определить оптимальные параметры поставок материалов (сырья) одного вида (оптимальный размер одной поставки, средний текущий запас, точку заказа, интервал между поставками, число поставок, минимальные годовые затраты) при соблюдении сроков поставки по исходным данным. Сделать выводы.

Исходные данные:

Годовая потребность в материалах = 1200 шт.

Стоимость хранения единицы материала в месяц = 280 ден. ед.

Стоимость заказа и доставки одной партии, в т.ч. НДС = 420 ден. ед.

Время доставки материала от поставщика = 25 дней.

Вариант 9

1. Сущность рыночных отношений (рынка). Субъекты этих отношений..
2. Особенности действия закона планомерного развития в общине и в условиях развитого рынка.
3. Задача. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Вариант 10

1. Инфраструктура рынка как форма проявления сути рыночных отношений.
2. Реальные взаимоотношения между продавцом и покупателем в развитых рыночных условиях как отражение сути рыночных отношений.
3. Задача. Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных:
площадь торгового зала – 200 кв. м,
площадь выкладки товаров – 120 кв. м,
площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м.
При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.

Вариант 11

1. Сущность смешанной экономики с позиций планомерности развития рыночных отношений.
2. Моделирование в экономике. Основные модели, используемые в экономике.
3. Задача. Выберите для внедрения систему распределения из трех предлагаемых, если для каждой из систем известны значения по следующим параметрам:

Показатель	Система 1	Система 2	Система 3
Годовые эксплуатационные затраты, у.е.	7050	9020	6100
Годовые транспортные затраты, у.е.	3500	4850	7040
Единовременные затраты, у.е.	50000	60000	40000
Срок окупаемости системы, лет	5,2	5,5	4,9

Вариант 12

1. Взаимосвязь предвидения, плана и прогноза. Типы прогнозирования.
2. Укажите основные противоречия государственного регулирования смешанной экономики на современном этапе ее развития на основе госзаказов и целевого планирования..
3. Задача. Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте.

Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года:

- I квартал – 60 000 кв.м,
- II квартал – 100 000 кв.м,
- III квартал – 120 000 кв.м,
- IV квартал – 100 000 кв.м.

При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы

Вариант 13

1. Понятие системы и основные свойства системы. Дерево целей в развитии объекта и системы.
2. Виды планирования в условиях современного рынка.
3. Задача. Рассчитайте потребность в электропогрузчиках для склада на основании следующих данных:

годовой грузооборот склада – 68800 т;
 электропогрузчиками обрабатывается 90% грузооборота;
 склад работает в одну смену (продолжительность смены – 10 часов);
 эксплуатационная производительность электропогрузчика – 11000 кг/час;
 коэффициент неравномерности грузооборота – 1,2;
 количество нерабочих дней в году – 105.

Вариант 14

1. Прогнозирование в современной экономике: сущность, формы, цели, причины развития.
2. Сущность прогноза и цель его составления. Отличие прогноза от плана. Взаимосвязь прогноза и плана..
3. Задача. Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?

Вариант 15

1. Дайте определение понятиям: предвидение, предсказание, прогноз и план. Цель их использования в рыночных условиях..
2. Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
3. Задача. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:

Товарооборот- 485676 тыс.руб.
Себестоимость проданных товаров – 441479 тыс.руб.
Издержки обращения –12142 тыс.руб.
Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 16

1. Взаимодействие плана и прогноза на современном этапе развития рыночных отношений..
2. Особенности современной региональной политики России..
3. Задача. Определить объем валовой прибыли предприятия, рентабельность хозяйственной деятельности, на основе следующих данных:
Товарооборот- 375676 тыс.руб.
Себестоимость проданных товаров – 341479 тыс.руб.
Издержки обращения – 2142 тыс.руб.
Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 17

1. Региональное развитие: особенности, влияние процессов внутри- и межрегионального разделения труда, международной специализации и кооперирования.
2. Понятие социальной политики государства, ее виды и цели..
3. Задача. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:
Товарооборот- 585676 тыс.руб.
Себестоимость проданных товаров – 521479 тыс.руб.
Издержки обращения – 842 тыс.руб.
Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 18

1. Прогнозирование и моделирование развития "рынка труда". Занятость населения как важнейший показатель социальной политики..
2. Экономический потенциал общества: понятие, состав, структура и использование в прогнозах и планах развития национальной экономики.
3. Задача. Определите среднетехническую скорость автомобиля и количество ездов, если известно, что время в наряде равно 12 ч, время в движении - 2,5 ч, время простоя под погрузкой и разгрузкой - 0,5 ч, общий пробег составил 250 км

Вариант 19

1. Сущность "человеческого капитала" и прогнозирование его увеличения в государственной социальной политике.
2. Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП.
3. Задача. Определить среднее расстояние перевозки, если известно, что автомобиль совершил четыре перевозки на разные расстояния. Объем первой перевозки составил 30 тыс. т, а расстояние перевозки -15 км. Второй, третьей. и четвертой соответственно 50 тыс. т. - 20 км; 10 тыс. т.-40 км; 40 тыс. т.-30 км

Вариант 20

1. Основные стадии разработки государственных программ развития НТП.
2. Исходные предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике.
3. Задача. Предприятие приобрело и ввело в эксплуатацию холодильный шкаф по цене 60 тыс. руб. включая НДС. Расходы по его доставке и установке составили 6 тыс. руб. с учетом НДС. Ставка НДС 18%. Срок полезной эксплуатации – 5 лет. Сделать расчеты: нормы амортизации нелинейным методом.

Вариант 21

Типы планирования, применяемые частными предприятиями. Понятие горизонта планирования деятельности предприятия
2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
3. Задача. Среднедневной оптовый товарооборот торгового предприятия равен 100 тыс. руб. Применяемая торговая надбавка – 30% к закупочной цене. Укажите размер

увеличения оборотных средств в случае, если предприятие намерено реализовывать продукцию с рассрочкой платежа за отпущенную продукцию на 45 дней.

Вариант 22

- 1 Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода
2. Формы внутрифирменного планирования и прогнозирования, используемые частными фирмами

3. Задача. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных:

Товарооборот- 493638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 455312 тыс.руб.

Проценты к получению – 288 тыс.руб.

Проценты к оплате – 982 тыс.руб.

Прочие доходы – 3891 тыс.руб.

Прочие расходы – 5676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 23

1 Сущность и методы конкурентного анализа

2. Этапы (стадии) процесса планирования на микроуровне.

3. Задача Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных:

Товарооборот- 693638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 605312 тыс.руб.

Прочие доходы – 9891 тыс.руб.

Прочие расходы – 10676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 24

1. Оценка конкурентной среды

2. Методы прогнозирования сбыта на предприятии (в организации).

3. Задача Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:

Товарооборот- 5768 тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 4163 тыс.руб.

Управленческие расходы –142 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Вариант 25

1. Потенциальная и реальная емкости рынка.

2. Понятие емкости рынка

3. Задача. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%):

Товарооборот- 5103тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 4227 тыс.руб.

Издержки обращения –802 тыс.руб.

Прочие расходы. – 39 тыс.руб.

Прочие доходы – 29 тыс.руб.

Методические указания по оформлению контрольной (письменной) работы.

На титульном листе указываются кафедра, факультет, направление подготовки, профиль, название дисциплины, номер варианта, фамилия, имя, отчество студента, курс, номер группы и студенческого билета, Ф.И.О. преподавателя.

Работа должна быть выполнена любым печатным способом на пишущей машинке или с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков — не менее 1,8 мм (шрифт Times New Roman, кегль 14).

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм,

правое – 10 мм, верхнее – 25 мм, нижнее – 20 мм.

Не разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Страницы контрольной работы нумеруются, титульный лист является первой страницей (номер страницы на титульном листе не проставляется); на 2-ой странице дается план (содержание); далее следуют наименования разделов работы. Все иллюстрации и таблицы должны быть пронумерованы.

Каждую иллюстрацию необходимо снабжать подрисуночной надписью, таблицы с заголовками должны быть помещены в тексте после абзацев, содержащих ссылки на них; формулы в работе следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.

Например, производительность труда вычисляют по формуле:

$$П = Т : Ч, \quad (1)$$

где П - производительность труда, тыс. руб./чел.;

Т - объем товарооборота, тыс. руб.;

Ч - среднесписочная численность работников, чел.

В конце работы должен быть приведен список использованной литературы (в алфавитном порядке) с выходными данными (место издания, издательство, год издания), поставлены дата выполнения контрольной работы и подпись студента. Положительно оценивается иллюстрация материалов работы таблицами, схемами, графиками и диаграммами.

Работы, выполненные небрежно (содержащие зачеркнутые строки, сокращения слов, вписанные слова, стилистические и грамматические ошибки и т.д.) будут возвращены для исправления.

По результатам проверки контрольной работы выставляется оценка «Зачтено» или «Не зачтено». В случае допуска к собеседованию студенту следует подготовить ответы на замечания и вопросы рецензента, написанные в контрольной работе, при необходимости – выполнить письменное дополнение к ней. Работы, не допущенные преподавателем, выполняются повторно с устранением всех отмеченных недостатков и предоставляются на проверку вместе с первой контрольной работой.

Критерии оценки:

«зачтено» (20-40 баллов) - выставляется студенту при глубоком и полном раскрытии вопросов контрольной работы, полных, последовательных, грамотных и логически излагаемых ответах с приведением достаточного количества примеров, на основе анализа нескольких современных литературных источников;

«незачтено» (менее 20 баллов) - выставляется студенту при недостаточном раскрытии вопросов контрольной работы на основе анализа одного литературного источника; если работа является плагиатом.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Темы рефератов

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»
(наименование дисциплины)

Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей

Темы рефератов

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
3. Направления исследования рынка.
4. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.

Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка

Темы рефератов

1. Сущность и методы конкурентного анализа.
2. Оценка конкурентной среды.
3. Оценка конкурентоспособности предприятия.
4. Определение емкости рынка.

Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.

Темы рефератов

1. Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
3. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования

Темы рефератов

1. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).
2. Показатели "открытости" национальной экономики.

Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование

Темы рефератов

1. Сущность и особенности микроэкономического планирования.
2. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.
3. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.
4. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне.

Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения

Темы рефератов

1. Анализ тенденций развития факторов макро внешней среды предприятия.
2. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов.
3. Анализ потребителей и потребительских предпочтений.
4. Анализ состояния и динамики конкурентной среды
5. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
6. Анализ комплекса маркетинга
7. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия

Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках

Темы рефератов

1. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
2. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

Критерии оценки:

Реферат – 1 балл.

1 балл выставляется студенту, если выполнены требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, приводится анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, соблюдены требования к оформлению работы.

0,5 балла выставляется студенту, если основные требования к реферату выполнены, но есть недочеты. В частности, имеются недочеты в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждении, имеются упущения в оформлении презентации.

0,3 балла выставляется студенту, если имеются существенные отклонения от требований к написанию реферата, тема раскрыта частично, отсутствуют выводы.

Составитель, к.э.н, доцент



З.Х. Моламусов

Приложение 11

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ ИМ.Г.В.ПЛЕХАНОВА

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль) «Коммерция»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
по дисциплине «Анализ и проектирование конъюнктуры товарных рынков»

1.	Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.
2.	Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность.
3.	Задание

Преподаватель, к.э.н, доцент

(подпись)

З.Х. Моламусов

Зав.кафедрой, к.т.н., доцент

(подпись)

Е.Н. Губа

Утверждено на заседании кафедры КТРБ Протокол от « ____ » _____ .20__ г. , протокол № __

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

Оценочные материалы по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол от 28.02.2023 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа