

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

(подпись) **Василенко В.Н.**
(Ф.И.О.)

«25» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

РЫНОК И РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)

Управление бизнесом и маркетинговые технологии в сфере товарного обращения

Квалификация выпускника

бакалавр

Воронеж

1. Цели и задачи дисциплины

1. Целью освоения дисциплины (модуля) «Рынок и рыночная инфраструктура» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению);

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: *обеспечение качества и соответствия продукции (работ, услуг) условиям поставок и договоров для удовлетворенности потребителей и повышения конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и организации в целом*)

Дисциплина направлена на решение задач профессиональной деятельности следующих типов: *аналитический; организационно-управленческий; расчетно-экономический.*

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень образования - бакалавриат).

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-2	Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	ИД2 _{ПКв-2} – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД2 _{ПКв-2} – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	Знает элементы инфраструктуры рынка, их задачи и функции; особенности делового взаимодействия субъектов инфраструктуры рынка.
	Умеет правильно использовать особенности и преимущества субъектов инфраструктуры рынка в конкретных условиях; находить рациональные варианты товародвижения.
	Владеет навыками проведения оценки о современном состоянии инфраструктуры рынка в России.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы обязательной части по направлению подготовки 38.03.06 Товарное дело (уровень образования бакалавриат), направленность/профиль «Управление бизнесом и маркетинговые технологии в сфере товарного обращения».

Изучение дисциплины «Рынок и рыночная инфраструктура» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися дисциплин: Организация, технология и проектирование торговых предприятий, Учет в торговой организации.

Дисциплина «Рынок и рыночная инфраструктура» является предшествующей для проведения практической подготовки, дисциплин: Управление маркетинговой деятельностью организации, Маркетинговые исследования рынка и поведение потребителей, Экономический анализ маркетинговых решений, Бизнес-проектирование в коммерческой деятельности.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетные единицы.

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		4 семестр
		акад. ч
Общая трудоемкость дисциплины	216	216
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	94	94
Лекции	36	36
Практические занятия (ПЗ)	54	54
в том числе в форме практической подготовки	–	–
Консультации текущие	1,8	1,8
Консультации перед экзаменом	2	2
<i>Виды аттестации (экзамен)</i>	0,2	0,2
Самостоятельная работа:	88,2	88,2
Проработка материалов по конспекту лекций	10	10
Проработка материалов по учебнику	43,2	43,2
Подготовка к практическому занятию	15	15
Подготовка реферата	20	20
Контроль (экзамен)	33,8	33,8

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (указываются темы и дидактические единицы)	Трудоемкость раздела, ак.ч
4 семестр			
1	Структура и инфраструктура рынка	Сущность и основные элементы. Сущность рынка как формы функционирования товарного производства. Инфраструктура рынка. Особенности рынка в РФ.	33
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	Предмет, цели, методы исследования дисциплины. Характеристика рынка как сферы товарного обмена.	37
3	Рыночная инфраструктура.	Значение рыночной инфраструктуры в экономике страны. Элементы рыночной инфраструктуры.	29
4	Формирование инфраструктуры товарного рынка.	Понятие «инфраструктура товарного рынка», ее место в рыночных отношениях. Основные задачи, функции и элементы инфраструктуры товарного рынка. Характеристика современного состояния инфраструктуры товарного рынка в стране.	39
5	Торговые предприятия и организации.	Торговые предприятия, их место и роль на товарном рынке, виды. Предприятия оптовой торговли: классификация, характеристика деятельности. Предприятия розничной торговли, назначение, виды, функции, основные правила работы.	40,2
	Консультации текущие		0,9
	Экзамен		0,2

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак. ч	ПР, ак. ч	СРО, ак. ч
4 семестр				
1	Структура и инфраструктура рынка	8	12	13
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	8	10	19
3	Рыночная инфраструктура.	8	8	13
4	Формирование инфраструктуры товарного рынка.	8	12	19
5	Торговые предприятия и организации.	4	12	24,2
	Консультации текущие		0,9	
	Экзамен		0,2	

* в форме практической подготовки

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, ак. ч
4 семестр			
1	Структура и инфраструктура рынка	Сущность и основные элементы. Сущность рынка как формы функционирования товарного производства. Инфраструктура рынка. Особенности рынка в РФ.	8
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	Предмет, цели, методы исследования дисциплины. Характеристика рынка как сферы товарного обмена.	8
3	Рыночная инфраструктура.	Значение рыночной инфраструктуры в экономике страны. Элементы рыночной инфраструктуры.	8
4	Формирование инфраструктуры товарного рынка.	Понятие «инфраструктура товарного рынка», ее место в рыночных отношениях. Основные задачи, функции и элементы инфраструктуры товарного рынка. Характеристика современного состояния инфраструктуры товарного рынка в стране.	8
5	Торговые предприятия и организации.	Торговые предприятия, их место и роль на товарном рынке, виды. Предприятия оптовой торговли: классификация, характеристика деятельности. Предприятия розничной торговли, назначение, виды, функции, основные правила работы.	4

5.2.2 Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ак. ч
4 семестр			
1	Структура и инфраструктура рынка	Сущность и основные элементы.	4
		Сущность рынка как формы функционирования товарного производства	4
		Инфраструктура рынка.	4
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	Предмет, цели, методы исследования дисциплины.	4
		Характеристика рынка как сферы товарного обмена.	6
3	Рыночная инфраструктура.	Значение рыночной инфраструктуры в экономике страны.	4
		Элементы рыночной инфраструктуры.	4
4	Формирование инфраструктуры товарного рынка.	Основные задачи, функции и элементы инфраструктуры товарного рынка.	6
		Характеристика современного состояния инфраструктуры товарного рынка в стране.	6
5	Торговые предприятия и организации.	Торговые предприятия, их место и роль на товарном рынке, виды.	4
		Предприятия оптовой торговли: классификация, характеристика деятельности.	4
		Предприятия розничной торговли, назначение, виды, функции, основные правила работы.	4

* в форме практической подготовки

5.2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак. ч
1	Структура и инфраструктура рынка	Проработка материалов по конспекту лекций	2
		Проработка материалов учебников, учебных пособий	8
		Подготовка к практическому занятию	3
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	Проработка материалов по конспекту лекций	2
		Проработка материалов учебников, учебных пособий	8
		Подготовка к практическому занятию	3
		Подготовка реферата	6
3	Рыночная инфраструктура.	Проработка материалов по конспекту лекций	2
		Проработка материалов учебников, учебных пособий	8
		Подготовка к практическому занятию	3
4	Формирование инфраструктуры товарного рынка.	Проработка материалов по конспекту лекций	2
		Проработка материалов учебников, учебных пособий	8
		Подготовка к практическому занятию	3
		Подготовка реферата	6
5	Торговые предприятия и организации.	Проработка материалов по конспекту лекций	2
		Проработка материалов учебников, учебных пособий	11,2
		Подготовка к практическому занятию	3
		Подготовка реферата	8

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Для освоения дисциплины обучающийся может использовать:

6.1 Основная литература

Заздравных, А. В. Теория отраслевых рынков : учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8587-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469666>

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01822-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490509>

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01824-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490510>

6.2 Дополнительная литература

Пахомова, Н.В. Экономика отраслевых рынков : учебник / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. — 640 с. — ISBN 978-5-288-05956-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133858>

Касымова, Д. М. Экономика отраслевых рынков : учебно-методическое пособие / Д. М. Касымова, Л. А. Шведов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2018. — 90 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173740>

Федорова, А. Ю. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие / А. Ю. Федорова ; под редакцией С. Б. Смирнова. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2016. — 89 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/91453>

1.

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Анализ отраслевых рынков : задания для самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент», очной и заочной формы обучения / Воронеж.гос. ун-т инж. технол.; сост. М.Е. Отинова – Воронеж : ВГУИТ, 2021. – 13 с.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
Федеральная университетская компьютерная сеть России	http://www.runnet.ru/
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://www.window.edu.ru/
Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsuet.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	http://minobrnauki.gov.ru
Портал открытого on-line образования	http://npoed.ru
Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов	http://www.ict.edu.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	http://education.vsuet.ru
Официальный сайт Росстата	http://rosstat.gov.ru

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение и информационные справочные системы:

информационная среда для дистанционного обучения СЭО «3KL».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – ОС Windows.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (мультимедийными проекторами, настенными экранами, интерактивными досками, ноутбуками, досками, рабочими местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя) – ауд. 407, 426 или иные в соответствии с расписанием.

Допускается использование других аудиторий в соответствии с расписанием учебных занятий и оснащенных соответствующим материально-техническим обеспечением, в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к базам данных и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ВГУИТ» – ауд. 427а, ресурсный центр ВГУИТ.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля) в виде приложения.

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

ПРИЛОЖЕНИЕ

к рабочей программе

1. Организационно-методические данные дисциплины для очно-заочной формы обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единицы

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		4 семестр
		акад. ч
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	216	216
Контактная работа в т. ч. аудиторные занятия:	30,8	30,8
Лекции	12	12
Практические занятия	16	16
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	–	–
Консультации текущие	0,6	0,6
Консультации перед экзаменом	2	2
Вид аттестации (экзамен)	0,2	0,2
Самостоятельная работа:	151,4	151,4
Проработка материалов по конспекту лекций	20	20
Проработка материалов по учебнику	81,4	81,4
Подготовка к практическому занятию	20	20
Подготовка реферата	30	30
Контроль (экзамен)	33,8	33,8

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ
РЫНОК И РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

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

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-2	Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	Знает элементы инфраструктуры рынка, их задачи и функции; особенности делового взаимодействия субъектов инфраструктуры рынка.
	Умеет правильно использовать особенности и преимущества субъектов инфраструктуры рынка в конкретных условиях; находить рациональные варианты товародвижения.
	Владеет навыками проведения оценки о современном состоянии инфраструктуры рынка в России.

2. Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	разделы/темы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции	Оценочные материалы		Технология оценки (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Структура и инфраструктура рынка	ПКв-2	Тест	1-10, 55-60, 76-80, 93	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	102-110	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к экзамену)	147-154	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
2	Теоретические основы рынка и рыночной инфраструктуры.	ПКв-2	Тест	11-21, 61-63, 81-83, 94, 98	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	111-120	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к экзамену)	155-162	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
3	Рыночная инфраструктура.	ПКв-2	Тест	22-31, 64-67, 83-87, 95, 99	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	121-129	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к экзамену)	163-170	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
4	Формирование инфраструктуры	ПКв-2	Тест	32-41, 68-71,	Компьютерное тестирование (процентная шкала)

	ры товарного рынка.			88-90, 96, 100	
			Собеседование (решение задач) Реферат	130-136	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к экзамену)	171-179	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
5	Торговые предприятия и организации.	ПКв-2	Тест	42-54, 72-75, 91-92, 97, 101	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	137-146	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к экзамену)	180-189	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)

3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной.

3.1 Тесты (тестовые задания)

ПКв-2. Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг)

№ задания	Тестовое задание с выбором одного правильного ответа
1	Чем принято определять процессы развития рынка в парадигме «структура – поведение – результат»? а) специфическими условиями производства и потребления товара; б) макроэкономическими условиями развития рынка; в) изменением конъюнктуры рынка; г) всей вышеперечисленной совокупностью.
2	Главное назначение методов и моделей анализа товарного рынка будет подготовка: а) инвестиционных решений; б) политических решений; в) кадровых решений
3	Чем являются скидки на товары, опираясь на Чикагскую парадигму в теории отраслевых рынков? а) стимулированием рынка; б) дискриминацией на рынке; в) несущественным фактором развития рынка.
4	Рынокпокупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается? а) большое число потребителей б) превышение предложения над спросом в) превышение спроса над предложением г) все ответы верны д) правильного ответа нет
5	Вопросы, которые рассматривают в анализе отраслевых рынков, будут являться в то же время предметом: а) микроэкономической теории; б) макроэкономической теории; в) экономики предприятия; г) менеджмента.
6	Субъектами отраслевого рынка являются: а) домохозяйства, рынок; б) бизнес (предприятия), домохозяйства, государство; в) государство.
7	Чем будет являться существование одного продавца на рынке, и будут отсутствовать близкие продукты заменителей товара? а) монополией; б) олигополией; в) монополистической конкуренцией.
8	Что будет в основе исследования отраслевых рынков, судя по Гарвардской школе:

	<p>а) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм; б) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей; в) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках; г) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм; нет правильного ответа.</p>
9	<p>Какой автор предложил изучение отраслевых рынков с позиции определенного товара и определение границ рынка данного товара? а) Кейнс; б) Кузнец; в) Маркс; г) Робинсон</p>
10	<p>Какой индекс показывает среднюю долю фирм, действующих на рынке, по натуральному алгоритму обратной ей величине? а) Индекс Джинни; б) Индекс Лернера; в) Индекс Херфиндаля-Хиршмана; г) Индекс энтропии</p>
11	<p>Главным назначением методов и моделей анализа товарного рынка будет подготовка: а) инвестиционных решений; б) кадровых решений; в) политических решений.</p>
12	<p>Кривая спроса на товар сдвинулась вправо и вверх, что могло вызвать этот сдвиг? а) падение цен на товар-заменитель; б) падение цен на сырье и материалы; в) падение цен на дополнительный товар; г) снижение доходов потребителей;</p>
13	<p>Совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии – это ...? а) отрасль б) хозяйственный комплекс в) интегрированная структура</p>
14	<p>Часть рыночного пространства, образованная пересечением товарного сектора и потребительского сегмента: а) рыночная ниша; б) отраслевой рынок; в) товарный рынок</p>
15	<p>Часть рыночного пространства, характеризующаяся сочетанием специфических потребительских сегментов и специфических товаров, работ и услуг, имеющих в основе общую материальную, техническую и технологическую базу а) рыночная ниша; б) отраслевой рынок; в) товарный рынок</p>
16	<p>Часть рыночного пространства, занятая специфическим контингентом покупателей, т.е. покупателями, которые по главному признаку или совокупности признаков объединены в данный контингент и этим отличаются от других покупателей: а) потребительский сектор б) сегмент товарный в) рыночная ниша</p>
17	<p>Часть рыночного пространства, занятая специфическим, т.е. отличающимся от других товаров, товаром а) потребительский сектор б) сегмент товарный в) рыночная ниша</p>
18	<p>На стадии _____ жизненного цикла товара рынок характеризуют наиболее высокими затратами на выход (барьерами выхода): а) зрелости; б) роста; в) спада</p>
19	<p>Потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем – это ____? а) Спрос на товар (услугу) б) предложение товара (услуги) в) нужда в товаре (услуге)</p>
20	<p>Набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя – это _____? а) товар; б) потребность; в) нужда</p>
21	<p>Разновидности одного и того же товара являются _____ конкурентами? а) товарно-видовыми; б) товарно-родовыми в) товарами – желаниями; г) марками</p>
22	<p>Основные способы удовлетворения желания выбранной ранее покупки являются _____ конкурентами?</p>

	<p>тами?</p> <p>а) товарно-видовыми; б) товарно-родовыми в) товарами – желаниями; г) марками</p>
23	<p>Товары, производящиеся из однородных ресурсов и при использовании схожих технологий – это товары-_____?</p> <p>а) субституты; б) комплименты</p>
24	<p>Пара товаров, при повышении цены на один из которых вызывает падение спроса и на другой – это товары_____?</p> <p>а) субституты; б) комплименты</p>
25	<p>Товары, полностью потребляются в процессе производства или становятся частью готовой продукции - это _____?</p> <p>а) сырье, полуфабрикаты и детали; б) Капитальные и дополнительное оборудование; в) Товары производственного назначения</p>
26	<p>При вертикальной дифференциации продукции потребителями будет происходить различие продукции, исходя из_____:</p> <p>а) уровня цены; б) уровня спроса; в) уровня предложения</p>
27	<p>При горизонтальной дифференциации продукции потребителями происходит различие продукции, исходя из _____ :</p> <p>а) торговой марки; б) технических характеристик; в) уровня цен</p>
28	<p>Совокупность мер, благодаря которым в сознании потребителей товар занимает отличное от конкурентов и выгодное место на рынке - это _____?</p> <p>а) позиционирование товара б) брендинг; в) реклама товара</p>
29	<p>Применение запретительных цен – это _____ барьеры.</p> <p>а) ценовые; б) технологические; в) институциональные</p>
30	<p>Выберите основу монопольных явлений на рынке:</p> <p>а) высокие барьеры входа на рынок; б) ограниченное количество производителей; в) ограниченное количество покупателей.</p>
31	<p>Отличие фирмы от других хозяйствующих субъектов:</p> <p>а) фирма представляет собой крупную организационно оформленную единицу, является самостоятельной юридически не зависимым экономическим агентом; б) фирма является исключительно потребителем ресурсов; в) обыкновенные хозяйствующие субъекты принадлежат юридическим лицам, а фирма может быть только государственной.</p>
32	<p>Теория фирмы подразумевает выделение трех основных направлений:</p> <p>а) классические, неоклассические и альтернативные концепции; б) модель Боумоля, модель Уильямсона и модель самоуправляемого предприятия; в) неоклассическая, контрактная, институциональная; г) неоклассическая, институциональная и стратегическая концепции.</p>
33	<p>В каком случае издержки будут субаддитивными?</p> <p>а) если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм; б) если они меньше при выпуске определенного товара определенной фирмы; в) если они больше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках одной фирмы; г) если они меньше при совместном выпуске одного товара, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм.</p>
34	<p>Какое поведение фирмы предполагает использование ею различных форм активного поведения для смягчения ограничений во времени для достижения цели:</p> <p>а) активное; б) пассивное; в) стратегическое.</p>
35	<p>Что произойдет с объемом производства при максимизации совокупной выручки?</p> <p>а) будет меньше, чем при максимизации прибыли; б) будет больше, чем при максимизации прибыли; в) будет равен объему производства при максимизации прибыли.</p>
36	<p>Исходя из модели Салопы, увеличение барьеров входа и транспортных затрат в долгосрочном плане приведет к:</p> <p>а) нет прямой связи;</p>

	<p>б) росту числа фирм; в) сокращению числа фирм; г) число фирм не изменится</p>
37	<p>Барьеры, которые создаются сознательной деятельностью самих фирм, поведением, препятствующим проникновению новых фирм в данную отрасль, называются:</p> <p>а) корпоративными; б) нестратегическими; в) стратегическими.</p>
38	<p>Вид конкуренции и форма рынка при многих продавцов и одного покупателя:</p> <p>а) Обоюдное олигополия б) Обоюдное полиполия в) Монополия</p>
39	<p>К числу важнейших методов регулирования легкой и пищевой промышленности в современных условиях в России относятся:</p> <p>а) региональные экономические приемы воздействия на экономические процессы в качестве основных б) использование возможностей бартерного обмена между предприятиями в целях предотвращения их от банкротства в) государственные административные правовые и экономические методы регулирования экономических процессов с учетом реальности рыночной экономики</p>
40	<p>Выберите основу монопольных явлений на рынке:</p> <p>а) высокие барьеры входа на рынок; б) ограниченное количество производителей; в) ограниченное количество покупателей</p>
41	<p>Объединение компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства готового продукта – это ...?</p> <p>а) вертикальная интеграция; б) горизонтальная интеграция; в) кооперация</p>
42	<p>Формула Дюпона дает возможность определить:</p> <p>а) за счет чего произошло изменение рентабельности; б) величину изменения рентабельности; в) рентабельность производства.</p>
43	<p>Под рыночной подразумевают структуру, которая обладает следующими признаками: (выберите не-правильный ответ)</p> <p>а) одинаковое количество продавцов и покупателей; б) степень однородности продукта; в) наличие и величина барьеров входа на рынок; г) воздействие продавцов и покупателей на рыночную цену</p>
44	<p>Сознательное поведение фирмы в краткосрочных и долгосрочных периодах – это _____?</p> <p>а) стратегия фирмы; б) политика фирмы в) миссия фирмы</p>
45	<p>Доминирующая фирма – это фирма которая:</p> <p>а) является лидером на отраслевом рынке, б) имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену продукции, которую выпускает, в) имеет влияние на функционирование на этом рынке конкурентных фирм-аутсайдеров г) все ответы верны д) нет правильных ответов;</p>
46	<p>Последовательность управления всеми стадиями производственного процесса до сбыта – это?</p> <p>а) линейная последовательность управления ; б) технологическая последовательность; в) функциональная последовательно</p>
47	<p>Объединение крупных предприятий отрасли с крупными банками, финансовыми фирмами с единым совместным руководством и политикой фирмы – это _____?</p> <p>а) холдинг; б) корпорация; в) трест г) кооператив</p>
48	<p>В качестве показателя экономического состояния предприятия, используемого для квалификации субъектов малого и среднего предпринимательства с целью получения государственной поддержки применяется _____:</p> <p>а) предельное значение выручки от реализации товаров (работ, услуг); б) уровень рентабельность; в) предельное значение прибыли от реализации товаров (работ, услуг); г) предельное значение чистой прибыли;</p>
49	<p>Сделка, в результате которой происходит объединение двух или более компаний в одну, сопровождающееся конвертацией акций сливающихся компаний, сохранением состава собственников называется _____?</p> <p>а) слияние; б) интеграция; в) кооперация</p>

50	<p>Главным назначением методов и моделей анализа товарного рынка является подготовка:</p> <p>а) инвестиционных решений; б) политических решений; в) кадровых решений.</p>
51	<p>Концепция жизненного цикла основано на гипотезе о наличии универсальных для продуктов и технологий определенных стадий развития, которые и определяют ситуацию в отрасли. Отметьте правильно указанные стадии по составу и последовательности:</p> <p>а) зарождение, ускорение роста, замедление роста, затухание; б) зарождение, ускорение роста, зрелость, замедление роста, затухание; в) зарождение, зрелость, замедление роста затухание; г) зарождение, ускорение роста, зрелость, замедление роста, кризис, затухание.</p>
52	<p>Соглашение о сотрудничестве между фирмами, характеризующееся долгосрочными временными отношениями и заключаются в таких сферах, как франчайзинг и совместная деятельность в сфере НИОКР, маркетинга, также реализуются в форме кооперативных соглашений – это?</p> <p>а) стратегический альянс б) научно-производственное объединение; в) коллаборация</p>
53	<p>Практика размещения эксклюзивных прав на поставку товаров или услуг; контрактная договоренность, по которой фирма предоставляет другой фирме право продавать продукт под ее фирменным знаком, использовать ее «ноу-хау» называется _____?</p> <p>а) франчайзинг б) франшиза; в) копирайтинг</p>
54	<p>Процесс разработки ряда существенных особенностей продукта, призванных отличить его от продуктов-конкурентов.</p> <p>а) стратегия дифференциации; б) стратегия диверсификации; в) стратегия интеграции</p>
<p>Тестовые вопросы с выбором нескольких вариантов ответа (с указанием количества правильных ответов)</p>	
55	<p>Какой из перечисленных методов оценки риска основан на расчетах и анализе статистических показателей?</p> <p>а) вероятностный метод б) построение дерева решений в) метод сценариев г) анализ чувствительности</p>
56	<p>Предприятие, разрабатывая новую продукцию, изучает спрос на рынке, чтобы:</p> <p>а) установить возможный объем продаж; б) выявить отношение потребителей; в) определить конкурентные преимущества; г) оценить емкость рынка.</p>
57	<p>Выберите основные направления в развитии науки «Анализ отраслевых рынков»</p> <p>А) научно-практическое; Б) теоретическое; В) методическое; Г) эмпирическое</p>
58	<p>Виды разделения на товарные секторы</p> <p>а) укрупненный б) углубленный; в) детализированный</p>
59	<p>Укажите виды границ продуктового рынка</p> <p>а) продуктовые; б) временные; в) географические; г) административные; д) политические;</p>
60	<p>б Укажите виды отраслевых рынков</p> <p>а) открытые и закрытые; б) растущие, зрелые и стагнирующие; в) стихийные и организованные; г) регулируемые и свободные;</p>
61	<p>Основными факторами, определяющими структуру рынка являются:</p> <p>а) количество и размеры фирм (рыночные доли); б) показатели рыночной концентрации; в) локализация торговли; г) наличие государственного вмешательства; д) открытость рынка для межрегиональной торговли</p>
62	<p>Индекс концентрации (CR) рассчитывается для следующего количества крупнейших продавцов:</p> <p>а) 3 б) 4 в) 7 г) 8</p>

	д) 10
63	Количественными показателями, характеризующими структуру отраслевого рынка, являются: (не менее 3 вариантов) а) численность продавцов, действующих на данном товарном рынке; б) численность покупателей, действующих на данном товарном рынке; в) доли, занимаемые продавцами на данном товарном рынке; г) показатели рыночной концентрации
64	Рыночную концентрацию (и продавцов, и покупателей) можно трактовать как а) плотность размещения рыночных структур б) концентрацию потребителей; в) неравномерность возможностей агентов рынка относительно объемов предложения или спроса.
65	Административным барьером, который регулирует получение прав на осуществление деятельности является _____? а) лицензирование; б) получение прав на аренду; в) регистрация субъектов хозяйствования; г) регистрация товарных знаков.
66	Экономический рост характеризуется в экономике как а) увеличение масштабов совокупного производства б) рост потребления в) снижение валового национального продукта
67	По какому из представленных критериев оценивают размер фирмы? а) числу занятых, б) объему продаж; в) объему капитала; г) величине активов; д) объему прибыли;
68	Мотивы, побуждающие к слияниям или поглощениям: а) рыночное доминирование; б) возможность франчайзинга; в) экономия от масштаба производства; г) распределение риска
69	К специфическим мотивам вертикальной интеграции относятся: а) асимметрия информации, б) поднятие барьеров для входа на отраслевой рынок новых фирм в) распределение риска; г) рационализация производства
70	Основные стратегии консолидации, направленные на максимизацию прибыли а) образование стратегических альянсов, б) создание пулов в) образование холдингов г) создание корпораций
71	Виды продуктовой дифференциации: а) реальная; б) фантомная; в) внешняя; г) внутренняя
72	Основные результаты дифференциации а) создание рыночной власти фирмы б) более детальный учет запросов покупателей в) повышение доступности товаров для потребителей г) улучшение качества товара
73	Способы оценки дифференциации товара а) доля товарных марок (брендов) в общем объеме продаж на отраслевом рынке б) размер расходов фирмы на рекламу в) объем выручки от продажи товара г) рентабельность продаж определенного товара
74	К моделям горизонтальной дифференциации товара относят: а) модель «линейного города», б) модель «кругового города» в) модель диагонального города»
75	Укажите основные ограничения в модели Форхаймера: а) издержки доминирующей фирмы ниже издержек фирм-аутсайдеров. Более того, последние примерно одинаковы; б) количество фирм-аутсайдеров фиксировано; в) аутсайдеры производят неравное количество изделий; г) доминирующая фирма знает предложение на продукцию;
Тестовые вопросы на нахождение соответствия, выстраивание последовательности	
76	Установите соответствие: Гарвардская парадигма (школа) Чикагская парадигма (школа) А) подход с точки зрения парадигмы «структура поведение-результат»

	Б) подход с точки зрения теории цен (макрэкономический подход)							
	1А, 2Б							
77	Установите последовательность алгоритма исследования в гарвардской школе: 1) Эмпирические исследования 2) Выявление влияния характеристик отрасли на поведение агентов рынка, 3) Прогнозирование поведения агентов рынка и результатов							
	1, 2, 3							
78	Установите последовательность исследования отраслевых рынков в Чикагской школе 1. Теоретический анализ 2. Исследование проблемы выбора с точки зрения закономерностей принятия оптимальных решений 3. Выявление причин и последствия государственного вмешательства							
	1, 2, 3							
79	Установите соответствие: 1. Продуктовые границы 2. Временные границы 3. Локальные (географические) границы А) отражают способность товаров заменять друг друга в потреблении Б) характеризуют исследуемый временной интервал, а также границы эксплуатации продаваемого товара В) определяют пространственные границы рынка; ограничивают территорию, на которой приобретатель (приобретатели) покупает или имеет экономическую, техническую или иную возможность приобрести товар и не имеет такой возможности за ее пределами.							
	1А, 2Б, 3В							
80	Установите соответствие между показателями и их характеристикой Пусть мы рассматриваем производство товара X предприятиями, которые мы отнесли к соответствующей отрасли (подотрасли) X. 1. показатель специализации 2. показатель охвата А) представляет собой долю объема продаж товара X к общему объему реализации предприятий, отнесенных нами к отрасли X; Б) доля продаж товара X предприятиями, отнесенными нами к отрасли X, к общему объему реализации товара X							
	1А, 2Б							
81	Установите соответствие модели рынка основным параметра его структуры 1. Совершенная конкуренция 2. Монополия 3. Монополистическая конкуренция 4. Олигополия А) очень большое число продавцов, объем продаж каждого из которых мал по отношению к размеру рынка Б) один продавец на рынке В) Большое число продавцов, объем продаж каждого из которых мал по отношению к размеру рынка Г) Несколько продавцов на рынке, объем продаж каждого – достаточно велик по отношению к размеру рынка							
	1А, 2Б, 3В, 4Г							
82	7 В соответствии с различными их значениями выделяются три типа рынка: 1) высококонцентрированные рынки; 2) умеренно концентрированные рынки: 3) низкоконцентрированные (слабо концентрированные) рынки А) при $70\% < CR-3 < 100\%$; $2\ 000 < HHI < 10\ 000$ Б) при $45\% < CR-3 < 70\%$; $1\ 000 < HHI < 2\ 000$; В) при $CR-3 < 45\%$; $HHI < 1\ 000$							
	1А, 2Б, 3В,							
83	Концепцию жизненного цикла основали на гипотезе о наличии универсальных для продуктов и технологий определенных стадий развития, определяющих ситуацию в отрасли. Установите верную последовательность: 1) ускорение роста, 2) зарождение, 3) замедление роста, 4) зрелость, 5) затухание; 2, 1, 4, 3, 5							
84	Установите соответствие <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">1) горизонтальная интеграция</td> <td style="width: 50%;">А) объединяющиеся компании заняты в одной и той же отрасли</td> </tr> <tr> <td>2) диверсификация (или конгломератное слияние/поглощение)</td> <td>Б) объединяющиеся компании производят разнородную продукцию</td> </tr> <tr> <td>3) вертикальная интеграция</td> <td>В) объединяются компании, производящие товары, находящиеся на разных стадиях одного производственного</td> </tr> </table>		1) горизонтальная интеграция	А) объединяющиеся компании заняты в одной и той же отрасли	2) диверсификация (или конгломератное слияние/поглощение)	Б) объединяющиеся компании производят разнородную продукцию	3) вертикальная интеграция	В) объединяются компании, производящие товары, находящиеся на разных стадиях одного производственного
1) горизонтальная интеграция	А) объединяющиеся компании заняты в одной и той же отрасли							
2) диверсификация (или конгломератное слияние/поглощение)	Б) объединяющиеся компании производят разнородную продукцию							
3) вертикальная интеграция	В) объединяются компании, производящие товары, находящиеся на разных стадиях одного производственного							

	процесса	
	1А, 2Б, 3В	
85	Установите соответствие	
	1. Горизонтальная дифференциация	А) ситуация, при которой потребители не однозначно определяют какой из товаров предпочтительнее при эквивалентных ценах на них, потребительский выбор определяется лояльностью бренду, дифференциация вызвана различием потребительских качеств (свойств) товаров;
	2. Вертикальная дифференциация	Б) дифференциация вызвана различиями в качестве товаров – в данном случае при эквивалентных ценах на различные товары все потребители предпочитают один (определенный) товар другому.
	1А, 2Б	
86	Установите соответствие между понятиями	
	1. Модель Бертрана (стратегия минимизации издержек)	А) Одновременное принятие стратегических решений
	2. Модель Форхаймера (модель доминирования в ценах)	Б) Последовательное принятие стратегических решений
	1А, 2Б	
87	Установите соответствие между понятиями ценовой дискриминации по классификации Пигу	
	1. Ценовая дискриминация первой степени	А) установление разной цены на каждую единицу товара так, чтобы каждая единица товара продавалась по денежной оценке своей предельной полезности для какого-либо потребителя
	2. Ценовая дискриминация второй степени	Б) наблюдается ситуация, когда расходы потребителя на покупку товара не пропорциональны покупаемому объему, а зависят от того, какую схему изменения цены выбрал продавец
	3. Ценовая дискриминация третьей степени	В) различные категории покупателей сталкиваются с различными ценами, но каждая группа покупателей платит одну и ту же цену за любую купленную единицу
	1А, 2Б, 3В	
88	Установите соответствие между понятиями	
	1. Пассивная государственная политика	А) Конкурентная политика путем контроля над доминирующими фирмами, антимонопольное регулирование
	2. Активная государственная политика	Б) Антимонопольное регулирование в сочетании со структурной внешнейторговой протекционистской политикой
	1А, 2Б	
89	Установите соответствие между сущностью и содержанием видов ценовой дискриминации	
	1. Перекрестная эластичность спроса	А) показывает процентное изменение спроса на данный товар в зависимости от процентного изменения цены на сопряженный товар
	2. Индекс энтропии	Б) показывает предпочтение потребителя как долю продукта в данном продуктовом ряду
	1А, 2Б	
90	Установите соответствие	
	Экономические и организационные ограничения	сроки окупаемости капитальных вложений;
	Административные ограничения	ограничения ввоза-вывоза товаров;
	1А, 2Б	
91	Установите соответствие	
	1. Франчайзи	А) субъект, которому передаются права на использование интеллектуальной собственности.
	2. Франшиза	Б) объект договора франчайзинга. Она включает комплекс благ, необходимых для открытия и ведения бизнеса
	3. Медиафраншиза	это разновидность интеллектуальной собственности, согласно которой фирма-франчайзи покупает у франчайзера право на отображение в кинокартине или мультипликационном фильме широко известных и всеми любимых персонажей
	1А, 2Б, 3В	
92	Установите последовательность проведения стратегии дифференциации товара	
	1. Создание уникального наименования продукта, нейминг	
	2. Идентификация, брендинг	
	3. Персонификация	
	4. Выпуск новой продукции	
	5. Дифференциация предложения	
	1,2,3,4,5	

Задачи (задания) в 1-2 действия на разные формулы и процессы																																												
93	<p>Определить розничную свободную цену на сахар исходя из следующих данных: Оптовая цена сахара 1 кг = 2700 руб.; снабженческо-сбытовая надбавка - 30 %; торговая надбавка = 25 %; НДС - 20 %.</p> <p>Ответ: Роз.цена = Оптовая цена * снабженческо-сбытовая надбавка * торговая надбавка + НДС $(2700 + 2700 \cdot 30\%) \cdot 25\% \cdot 20\% = 5265$ руб.</p>																																											
94	<p>Определить оптовую цену 1 т творога. Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., торговая скидка – 8 % от розничной цены.</p> <p>Ответ: Оптовая цена = розничная цена * торговая скидка $950 - 950 \cdot 0,8 = 874$ руб.</p>																																											
95	<p>Себестоимость изделия А равна 4600, а изделия «Б» - 5700. Определите оптовые цены изделий при нормативной рентабельности 25%.</p> <p>Ответ: Цена опт = себестоимость * уровень рентабельности Изделие А $4600 \cdot 25\% = 5750$ руб. изделие «Б» $5700 \cdot 25\% = 7125$ р.</p>																																											
96	<p>Совокупные издержки фирмы, действующей на конкурентном рынке, равны: $TC = 15q^2 + 10q + 60$, где q — объем продаж, измеряется в тыс. шт. Издержки и цены измеряются в руб. Найдите чему будут равны средние, постоянные и переменные издержки</p> <p>Ответ: Фирма характеризуется следующими видами издержек: средние издержки: $AC = TC/q = 15q + 10 + 60/q$; постоянные издержки — та часть совокупных издержек, которая не зависит от объема производства: $FC = 60$; переменные издержки: $VC = 15q^2 + 10q$;</p>																																											
97	<p>Совокупные издержки фирмы, действующей на конкурентном рынке, равны: $TC = 15q^2 + 10q + 60$, где q — объем продаж, измеряется в тыс. шт. Издержки и цены измеряются в руб. Найдите какое количество товара в долгосрочном периоде будет производить фирма, максимизирующая прибыль</p> <p>Ответ: Долгосрочное равновесие фирмы характеризуется следующим условием: средние издержки равны предельным издержкам: $AC = MC$. Отсюда получаем: $15q + 10 + 60/q = 30q + 10$; $15q - 60/q = 0$; $15q^2 - 60 = 0$; $q^2 = 60/15 = 4$; $q = 2$. В долгосрочном периоде фирма будет производить 2 тыс. ед. товара.</p>																																											
<p>Кейс-задания (Ситуационные задания)</p>																																												
98	<p>В приведенной таблице 1 представлены данные по отраслям промышленности:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Отрасли</th> <th>CR4</th> <th>HHI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Производство кисломолочных продуктов</td> <td>24</td> <td>293</td> </tr> <tr> <td>Хлебопекарная промышленность</td> <td>83</td> <td>2253</td> </tr> <tr> <td>Производство табачных изделий</td> <td>92</td> <td>2950</td> </tr> <tr> <td>Минеральные удобрения</td> <td>62</td> <td>1515</td> </tr> <tr> <td>Мебельная промышленность</td> <td>20</td> <td>162</td> </tr> <tr> <td>Автомобильная промышленность</td> <td>83</td> <td>2676</td> </tr> <tr> <td>Производство детских игрушек</td> <td>44</td> <td>612</td> </tr> </tbody> </table> <p>Определите наиболее концентрированные отрасли. Какие отрасли должно государство регулировать из наиболее концентрированных?</p> <p>Ответ: В соответствии с различными значениями коэффициентов рыночной концентрации и индексов Херфиндаля-Хиршмана выделяются три типа рынков: I тип — высококонцентрированные рынки: при $70\% < CR-3 < 100\%$; $2000 < HHI < 10000$; II тип - умеренно концентрированные рынки: при $45\% < CR-3 < 70\%$; $1000 < HHI < 2000$; III тип - низкоконцентрированные рынки: при $CR-3 < 45\%$; $HHI < 1000$.</p> <p>1. Исходя из этого к наиболее концентрированным относятся отрасли: табачная, автомобильная, хлебопекарная 2. хлебопекарная, табачная, т.к. хлебопекарная отрасль производит товары повседневного значения, представляющую стратегическое значение для национальной безопасности. Регулирование табачной отрасли связано с необходимостью снижения масштабов табакокурения в стране, т.к. табачная продукция содержит канцерогены, способствующие развитию онкологических заболеваний</p>											Отрасли	CR4	HHI	Производство кисломолочных продуктов	24	293	Хлебопекарная промышленность	83	2253	Производство табачных изделий	92	2950	Минеральные удобрения	62	1515	Мебельная промышленность	20	162	Автомобильная промышленность	83	2676	Производство детских игрушек	44	612									
Отрасли	CR4	HHI																																										
Производство кисломолочных продуктов	24	293																																										
Хлебопекарная промышленность	83	2253																																										
Производство табачных изделий	92	2950																																										
Минеральные удобрения	62	1515																																										
Мебельная промышленность	20	162																																										
Автомобильная промышленность	83	2676																																										
Производство детских игрушек	44	612																																										
99	<p>На рынке присутствуют 10 фирм, объем продаж которых представлен следующим образом (в млн.руб.):</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Фирма</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Объем продаж, V</td> <td>12</td> <td>9</td> <td>8,1</td> <td>7,5</td> <td>17,2</td> <td>16</td> <td>5,9</td> <td>5,5</td> <td>15,3</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>рыночная доля, S</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>											Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Объем продаж, V	12	9	8,1	7,5	17,2	16	5,9	5,5	15,3	13	рыночная доля, S										
Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																		
Объем продаж, V	12	9	8,1	7,5	17,2	16	5,9	5,5	15,3	13																																		
рыночная доля, S																																												

	<p>Определите коэффициент концентрации CR3</p> <p>Ответ:</p> <p>коэффициент рыночной концентрации (CR3) рассчитывается как процентное отношение реализации (поставки) продукции трех крупнейших продавцов к общему объему реализации (поставки) на данном товарном рынке</p> <p>$CR3 = (17.2+16.0+15.3)/(12+9+8.1+7.5+17.2+16+5.9+5.5+15.3+13)*100\% = 44.3\%$</p>																								
100	<p>В городе X рынок кофе представляет собой дуополию. Оптовая цена 100-граммовой баночки кофе (разных марок) в среднем составляет 200 руб. у фирмы А и 150 руб. у фирмы Б. Качество кофе, продаваемого разными фирмами, является приблизительно одинаковым.</p> <p>1. Каким образом фирма Б может использовать в стратегических целях информацию о сбоях в поставках кофе и отсутствии запасов у фирмы А?</p> <p>2. Предположим, что фирме Б удалось вытеснить с рынка фирму А. Какова должна быть дальнейшая стратегия фирмы Б?</p> <p>Ответ:</p> <p>1) повысить цену банки кофе до 200 руб., т.к. фирма А не сможет своевременно обеспечивать потребителей необходимой продукцией, поэтому фирма Б может восполнить освободившуюся нишу.</p> <p>2) Выделяют 4 стратегии роста бизнеса по И.Ансоффу:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. стратегия проникновения на рынок (marketpenetrationstrategy): означает, что рост будет происходить в направлении увеличения доли нынешнего товарного рынка 2. стратегия развития рынка (marketdevelopmentstrategy): означает, что компания будет расти за счет развития спроса на новых рынках 3. стратегия развития товара (productdevelopmentstrategy): означает, что источником роста компании является рост спроса на новые продукты 4. стратегия диверсификации (diversificationstrategy) означает обновление товарного ряда и выход на новые рынки одновременно <p>В нашем случае необходимо реализовать стратегию проникновения на рынок.</p>																								
101	<p>В приведенной таблице 1 представлены данные по отраслям промышленности:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Отрасли</th> <th>CR4</th> <th>ННИ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Производство кисломолочных продуктов</td> <td>24</td> <td>293</td> </tr> <tr> <td>Хлебопекарная промышленность</td> <td>83</td> <td>2253</td> </tr> <tr> <td>Производство табачных изделий</td> <td>92</td> <td>2950</td> </tr> <tr> <td>Минеральные удобрения</td> <td>62</td> <td>1515</td> </tr> <tr> <td>Мебельная промышленность</td> <td>20</td> <td>162</td> </tr> <tr> <td>Автомобильная промышленность</td> <td>83</td> <td>2676</td> </tr> <tr> <td>Производство детских игрушек</td> <td>44</td> <td>612</td> </tr> </tbody> </table> <p>Что будет означать значение коэффициента рыночной концентрации в интервале от 45% до 70%?</p> <p>Ответ:</p> <p>В соответствии с различными значениями коэффициентов рыночной концентрации и индексов Херфиндаля-Хиршмана выделяются три типа рынков:</p> <p>I тип — высококонцентрированные рынки: при $70\% < CR-3 < 100\%$; $2000 < ННИ < 10000$;</p> <p>II тип - умеренно концентрированные рынки: при $45\% < CR-3 < 70\%$; $1000 < НШ < 2000$;</p> <p>III тип - низкоконцентрированные рынки: при $CR-3 < 45\%$; $ННИ < 1000$.</p> <p>Соответственно коэффициент CR3 в интервале от 45% до 70% будет характеризовать рынок как умеренно-концентрированный</p>	Отрасли	CR4	ННИ	Производство кисломолочных продуктов	24	293	Хлебопекарная промышленность	83	2253	Производство табачных изделий	92	2950	Минеральные удобрения	62	1515	Мебельная промышленность	20	162	Автомобильная промышленность	83	2676	Производство детских игрушек	44	612
Отрасли	CR4	ННИ																							
Производство кисломолочных продуктов	24	293																							
Хлебопекарная промышленность	83	2253																							
Производство табачных изделий	92	2950																							
Минеральные удобрения	62	1515																							
Мебельная промышленность	20	162																							
Автомобильная промышленность	83	2676																							
Производство детских игрушек	44	612																							

3.2 Рефераты

ПКв-2. Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг)

№ задания	Тематика рефератов
102	Роль рекламного агентства в развитии товарного рынка.
103	Роль центров маркетинговых исследований в развитии предпринимательской деятельности.
104	История развития биржевой торговли
105	Ярмарочная торговля: история и перспективы развития.
106	Организация аукционной торговли.
107	История и современный уровень развития торговых домов.
108	Сравнительная характеристика агентских, брокерских и дилерских фирм.
109	Бартерные центры: функции и назначение.
110	Сравнительная характеристика фирм по прокату машин и оборудования и лизинговых компаний.
111	Инфраструктура государственного рынка.
112	Роль торгово-промышленных палат в развитии товарного рынка.
113	Роль конкуренции в развитии сферы обслуживания населения.

114	Качественные преобразования сферы общественного питания в современных условиях.
115	Роль инфраструктурного комплекса в повышении эффективности внешнеторговой деятельности.
116	Автодорожный комплекс РФ. Проблемы функционирования и его влияние на экономику страны.
117	Проблемы развития транспортно-дорожного комплекса на современном этапе и перспективы развития.
118	Финансовая система как элемент инфраструктуры финансового рынка.
119	Проблемы формирования и использования бюджетов разных уровней.
120	Виды и назначение внебюджетных фондов.
121	Система органов государственного управления финансами и ее функции.
122	Влияние фондового рынка на экономику страны.
123	История развития биржевого обращения ценных бумаг.
124	Организация и обеспечение оборота ценных бумаг на внебиржевом рынке.
125	Роль и место специализированных регистраторов на рынке ценных бумаг.
126	Правовая защита интересов участников рынка ценных бумаг.
127	Роль банковской системы в развитии экономики страны.
128	Деятельность финансово-кредитных учреждений небанковского типа на кредитном рынке.
129	Потребительский кредит и организации, его предоставляющие.
130	Рынок пластиковых услуг.
131	Международные валютно-финансовые и кредитные организации.
132	Страхование как вид предпринимательской деятельности.
133	Виды рисков и их страхование.
134	Транснациональные страховые компании.
135	Новые виды страхования в России: социально-экономический аспект.
136	Организованный и «уличный» валютный рынок.
137	Система рейтингов финансового рынка и индексы деловой активности.
138	Рейтинги банковской (или страховой) системы.
139	Специализированные рейтинговые компании.
140	Исторический аспект российских бирж труда.
141	Миграционные службы России: назначение и функции.
142	Реклама как средство информации.
143	Роль информации в предпринимательской деятельности и обеспечении жизнедеятельности населения.
144	Проблемы и перспективы развития связи и телекоммуникационных сетей.
145	Роль средств массовой информации в развитии товарного рынка.
146	Роль средств массовой информации в жизни общества.

3.3 Вопросы к экзамену

ПКв-2. Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг)

№ задания	Формулировка вопроса
147	Рынок и рыночная инфраструктура.
148	Предмет, цели, задачи дисциплины «Рынок и рыночная инфраструктура».
149	Рынок как экономическая категория.
150	Типы и виды рынков. Организационные формы рынков потребительских товаров.
151	Организационные формы рынков факторов производства. Законы рынка.
152	Роль рыночной инфраструктуры в экономике страны.
153	Рыночная инфраструктура как система.
154	Функции рыночной инфраструктуры. Элементы рыночной инфраструктуры.
155	Структура торгово-посреднического комплекса.
156	Характеристика элементов торгово-посреднического комплекса.
157	Значение рыночной инфраструктуры в экономике страны.
158	Элементы рыночной инфраструктуры.
159	Структура торгово-посреднического комплекса.
160	Характеристика элементов торгово-посреднического комплекса.
161	Значение рыночной инфраструктуры в экономике страны.
162	Элементы рыночной инфраструктуры.
163	Структура посредническо-распределительного комплекса

164	Характеристика элементов посредническо-распределительного комплекса.
165	Структура сервисного комплекса.
166	Характеристика элементов сервисного комплекса.
167	Структура рекламно-информационного и аналитического комплекса.
168	Характеристика элементов рекламно-информационного и аналитического комплекса.
169	Значение, функции инфраструктуры товарного рынка.
170	Элементы инфраструктуры товарного рынка.
171	Характеристика сервисного комплекса – как элемента рыночной инфраструктуры.
172	Характеристика рекламно-информационного комплекса – как элемента рыночной инфраструктуры.
173	Инфраструктура товарного рынка как подсистема товарного рынка.
174	Характеристика элементов рыночной инфраструктуры.
175	Торговые предприятия и организации – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
176	Коммерческо-посреднические организации – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
177	Организации по оказанию услуг – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
178	Информационные организации – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
179	Финансовые организации как элемент инфраструктуры товарного рынка.
180	Контролирующие организации – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
181	Юридические организации как элемент торговой инфраструктуры товарного рынка.
182	Организации по трудовому обеспечению – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
183	Транспортная система – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
184	Система связи – как элемент инфраструктуры товарного рынка.
185	Складское хозяйство – как элемент торговой инфраструктуры товарного рынка.
186	Топливо-энергетический комплекс – как элемент торговой инфраструктуры товарного рынка.
187	Роль инфраструктуры агропродовольственного рынка в экономике страны и в аграрном секторе.
188	Функции инфраструктуры агропродовольственного рынка.
189	Элементы инфраструктуры агропродовольственного рынка.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

- П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых, экзаменах и зачетах;
- П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости.

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине

Результаты обучения по этапам формирования компетенций	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка или баллы	Уровень освоения компетенции
ПКв-2. Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД2 ПКв-2 – Участвует в работах по выявлению качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг)					
ЗНАЕТ	элементы инфраструктуры рынка, их задачи и функции; особенности делового взаимодействия субъектов инфраструктуры рынка.	Результаты тестирования	- даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			- даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			- даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо;	Освоена (повышенный)
			- даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена (повышенный)
		Собеседование Ответы на вопросы	обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо;	Освоена (повышенный)
	обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена (повышенный)		
УМЕЕТ	правильно использовать особенности и преимущества субъектов инфраструктуры рынка в конкретных условиях; находить рациональные варианты товародвижения	Решение практических задач	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор умений предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо;	Освоена (повышенный)

			чения		
			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)
ВЛАДЕЕТ	навыками проведения оценки о современном состоянии инфраструктуры рынка в России	Результаты решения задач	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор умений предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо;	Освоена (повышенный)
			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)