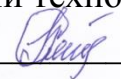


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической
комиссии технологического
факультета  С.А. Сашенкова
«16» ноября 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан технологического
факультета
 Г.В. Ильина
«16» ноября 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОНЬЮНКТУРА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

Направление подготовки
19.04.03 Продукты питания животного происхождения
Направленность (профиль) программы
Производство инновационных продуктов
животного происхождения

(программа магистратуры)

Квалификация
«Магистр»

Форма обучения – очная, заочная

Пенза – 2020

Рабочая программа дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937

Составитель рабочей программы:

к.э.н., профессор

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

Е.Н. Никифорова

(инициалы, Ф.)

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

Н.М. Гурьянова

(инициалы, Ф.)

Рецензент:

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

С.Н. Алексеева

(инициалы, Ф.)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Управление, экономика и право

(наименование кафедры)

«16» ноября 2020 года, протокол № 4

Заведующий кафедрой:

к.э.н., доцент

(уч. степень, ученое звание)



(подпись)

О.А. Столярова

(инициалы, Ф.)

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии
технологического факультета

«16» ноября 2020 года, протокол № 5

Председатель методической комиссии
технологического факультета



(подпись)

С.А. Сашенкова

(инициалы, Ф.)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»
для направления подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения»

Рабочая программа дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» разработана профессором кафедры «Управление, экономика и право» Никифоровой Е.Н. для направления подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937.

Программа содержит необходимые разделы, позволяющие получить представление о ее содержании, образовательных технологиях, используемых в ходе преподавания данной дисциплины. Сформулированы цели и задачи дисциплины, запланированы результаты обучения, содержание лекций и лабораторных занятий с указанием отведенного для их освоения времени.

Рецензируемая рабочая программа обеспечит выполнение основной цели курса – формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков по проблемам исследования и анализа предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания.

Рабочая программа «Конъюнктура продовольственного рынка» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» и может быть использована в учебном процессе ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ.

к.э.н., доцент
кафедры «Организация и информатизация
производства»
ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ



С.Н. Алексеева

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на фонд оценочных средств дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) Производство инновационных продуктов животного происхождения

Фонд оценочных средств составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» (квалификация магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937 и современными требованиями рынка труда.

Дисциплина «Конъюнктура продовольственного рынка» относится к обязательной части основной образовательной программы высшего образования блока Б1.О.09. Данная дисциплина является базовой для дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания», «Бизнес планирование производства продуктов питания».

Разработчиком представлен комплект документов, включающий:

перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

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

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

Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» в рамках ОПОП ВО, соответствуют ФГОС и своевременным требованиям рынка труда:

Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);

Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия (ОПК-1).

Критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения ОПОП магистратуры разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценивать результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Объем фондов оценочных средств (далее – ФОС) соответствует учебному плану – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения. Содержание ФОС соответствует целям ОПОП – магистратура по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения, будущей профессиональной деятельности обучающихся. Качество ФОС обеспечивает объективность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ФОС рабочей программы дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» (квалификация магистр), направленность (профиль) Производство инновационных продуктов животного происхождения, разработанный профессором кафедры «Управление, экономика и право» ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ Никифоровой Е.Н. и доцентом кафедры «Управление, экономика и право» Гурьяновой Н.М., и соответствует ФГОС и современным требованиям рынка труда, что позволит при его реализации успешно провести оценку заявленных компетенций.

Эксперт:

Главный технолог ОАО Молочный комбинат «Пензенский»

Митяшова Ю.Ю.

(подпись)

31 августа 2021 г.



ВЫПИСКА

из протокола № 4 заседания кафедры «Управление, экономика и право»

от 16.11.2020 г.

Присутствовали: Столярова О.А., Аленин П.Г., Никифорова Е.Н., Сологуб Е.Н., Уланова О.И., Шатова А.В., Чуворкина Т.Н., Позубенкова Э.И., Кадыкова О.Ф., Гурьянова Н.М., Рассыпнова Ю.Ю., Порфирьев Д.Н., Решеткина Ю.В.

Повестка дня

1. Рассмотрение изменений и дополнений рабочих программ дисциплин кафедры по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Производство инновационных продуктов животного происхождения».

По первому вопросу слушали: Никифорову Е.Н., которая представила рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» для обучающихся по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Производство инновационных продуктов животного происхождения».

Постановили: утвердить рабочую программу дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» для обучающихся по направлению подготовки 19.04.03 Продукты питания животного происхождения направленность (профиль) программы «Производство инновационных продуктов животного происхождения».

Зав. кафедрой
«Управление, экономика и право»

О.А. Столярова

Выписка из протокола № 5

заседания методической комиссии технологического факультета
от 16.11.2020 г.

Присутствовали: С.А. Сашенкова председатель, члены комиссии:
Г.В. Ильина, А.В. Остапчук, Л.Л. Ошкина, Г.И. Боряев, А.И. Дарьин,
Д.Г. Погосян, В.Н. Емелин, В.А. Здоровинин

Вопрос 2. Рассмотрение и обсуждение рабочей программы и фонда оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», разработанных профессором кафедры «Управление, экономика и право» Никифоровой Е.Н. для направления подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» квалификация – магистр, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2020 г. № 937.

Выступили:

С.А. Сашенкова, которая представила в числе прочего методического обеспечения ОПОП магистратуры по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» рабочую программу и фонд оценочных средств дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка».

Д.Г. Погосян, который отметил, что представленная рабочая программа, фонд оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка» подготовлены в соответствии с утвержденным учебным планом и рекомендациями учебного отдела университета и могут быть использованы в учебном процессе ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ.

Постановили: представленную рабочую программу, фонд оценочных средств по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», предусмотренной ОПОП магистратуры по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения», утвердить.

Председатель методической комиссии
технологического факультета

С.А. Сашенкова

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/ п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. кафедрой	Дата, № протокола, виза председателя методической комиссии	С какой даты вводятся
1	6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Новая редакция таблиц 6.1. и 6.2 с учётом новой редакции списка основной и дополнительной литературы	30.08.2021, № 22 	30.08.2021, № 16 	01.09.2021
2	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Новая редакция списка основной и дополнительной литературы (таблицы 9.1 и 9.2)	30.08.2021, № 22 	30.08.2021, № 16 	01.09.2021
3	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Новая редакция таблицы 9.5 «Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем» с учетом изменений состава электронных СПС и содержания официальной статистики Росстат и Пензастат	30.08.2021, № 22 	30.08.2021, № 16 	01.09.2021
4	10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	Новая редакция таблицы 10.1 «Материально-техническое обеспечение дисциплины» в части состава лицензионного программного обеспечения и реквизитов подтверждающих документов	30.08.2021, № 22 	30.08.2021, № 16 	01.09.2021
5	ФОС	Экспертное заключение на фонд оценочных средств рабочей программы дисциплины	30.08.2021, № 22 	30.08.2021, № 16 	01.09.2021

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. кафедрой	Дата, № про- токола, виза председателя методической комиссии	С какой даты вво- дятся
1	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень ресурсов основной и дополнительной учебной литературы, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины. Новая редакция списка литературы (таблица 9.1)	29.08.2022 №23 	29.08.2022 № 18 	01.09.2022
2	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (таблица 9.5)	29.08.2022 №23 	29.08.2022, № 18 	01.09.2022
3	10. Материально-техническая база	Перечень материально-технической базы обеспечения дисциплины (таблица 10.1)	29.08.2022 №23 	29.08.2022, № 18 	01.09.2022

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. кафедрой	Дата, № про- токола, виза председателя методической комиссии	С какой даты вво- дятся
1	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень ресурсов основной и дополнительной учебной литературы, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины. Новая редакция списка литературы (таблица 9.1 и таблица 9.2)	29.08.2023 №21 	30.08.2023 № 16 	01.09.2023
2	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (таблица 9.5)	29.08.2023 №21 	30.08.2023 № 16 	01.09.2023
3	10. Материально-техническая база	Перечень материально-технической базы обеспечения дисциплины (таблица 10.1)	29.08.2023 №21 	30.08.2023 № 16 	01.09.2023

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. кафедрой	Дата, № про- токола, виза председателя методической комиссии	С какой да- ты вводятся
1	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень ресурсов основной и дополнительной учебной литературы, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины. Новая редакция списка литературы (таблица 9.1 и таблица 9.2)	Протокол № 19 от 26 августа 2024 г. 	26.08.2024 г под №21 	01.09.2024
2	Раздел 9. «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	Добавлена новая редакция таблицы 9.4 «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» и таблицы 9.5 «Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем» с учетом изменений состава ЭБС	Протокол № 19 от 26 августа 2024 г. 	26.08.2024 г под №21 	01.09.2024
3	Раздел 10. «Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	Добавлена новая редакция таблицы 10.1 «Материально-техническое обеспечение дисциплины» в части состава лицензионного программного обеспечения и реквизитов подтверждающих документов в учебных аудиториях	Протокол № 19 от 26 августа 2024 г. 	26.08.2024 г под №21 	01.09.2024

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протокола, виза зав. ка- федрой	Дата, № прото- кола, виза председателя методической комиссии	С какой да- ты вводятся
1	9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Перечень ресурсов основной и дополнительной учебной литературы, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины. Новая редакция списка литературы (таблица 9.1 и таблица 9.2)	Протокол № 24 от 29 августа 2025 г. <i>С.Г.О.</i>	29.08.2025, № 12 	01.09.2025
7	Раздел 9. «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»	Добавлена новая редакция таблицы 9.4 «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» и таблицы 9.5 «Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем» с учетом изменений состава ЭБС			
8	Раздел 10. «Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	Добавлена новая редакция таблицы 10.1 «Материально-техническое обеспечение дисциплины» в части состава лицензионного программного обеспечения и реквизитов подтверждающих документов в учебных аудиториях			

**Лист регистрации изменений и дополнений к рабочей программе
дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка»**

№ п/п	Раздел	Изменения и дополнения	Дата, № протоко- ла, виза зав. ка- федрой	Дата, № про- токола, виза председателя методической комиссии	С какой даты вво- дятся
1	Раздел 8. Оценочные материалы по дисцип- лине «Конъюнк- тура продо- вольствен- ного рынка»	Новая редакция Оценочные материалы для прове- дения текущего контроля успе- ваемости и промежуточной атте- стации обучающихся по дисцип- лине, в т.ч. в форме заданий тесто- вого типа, представлены в Прило- жении. Задания тестового типа могут быть использованы при проведе- нии диагностических процедур, в т.ч. диагностической работы, в рамках НОКО.	Прото- кол № 25 от 31 авгу- ста 2026 г. 	31.08.2026, № 12 	01.09.2026
2	Раздел 9. «Учебно- методиче- ское и ин- формацион- ное обеспе- чение дис- циплины»	Добавлена новая редакция табли- цы 9.1.1 – Основная литература по дисциплине и таблицы 9.1.2 – До- полнительная литература по дис- циплине (редакция от 31.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)			
3	Раздел 9. «Учебно- методиче- ское и ин- формацион- ное обеспе- чение дисци- плины»	Добавлена новая редакция таблицы 9.2.1 «Перечень ресурсов информа- ционно-телекоммуникационной се- ти "Интернет"» и таблицы 9.2.2 «Перечень информационных техно- логий (перечень современных про- фессиональных баз данных и ин- формационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дис- циплине «Конъюнктура продо- вольственного рынка» (редакция от 31.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)			
4	Раздел 10. «Материаль- но- техническая база, необхо- димая для осуществле- ния образо- вательного процесса по дисциплине	Добавлена новая редакция таблицы 10.1 «Материально-техническое обеспечение по дисциплине» (ре- дакция от 31.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)			

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических умений и навыков по проблемам исследования и анализа конъюнктуры рынков продуктов животного происхождения.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ формирования и функционирования продовольственных рынков;
- формирование умения осуществлять поиск, сбор, систематизацию и анализ информации для решения задач в сфере производства и продаж продуктов животного происхождения;
- формирование навыков разработки конкурентной стратегии на основе определения показателей, характеризующих состояние, динамику развития и конъюнктуру продовольственного рынка.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ОПК-1 способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия

Индикаторы и дескрипторы части соответствующей компетенции, формируемой в процессе изучения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка», оцениваются при помощи оценочных средств, приведенных в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка», индикаторы достижения компетенций УК-1, ОПК-1, перечень оценочных средств

№ пп	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Код планируемого результата обучения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочных средств
1	2	3	4	5	6
1	ИД-1 _{УК-1}	Знать: алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	32 (ИД-1 _{УК-1})	Знать: проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения	Вопросы теста Темы дискуссии Вопросы для сдачи зачета
2	ИД-2 _{УК-1}	Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения	У2 (ИД-2 _{УК-1})	Уметь: грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета
3	ИД-3 _{УК-1}	Владеть: методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций	В2 (ИД-3 _{УК-1})	Владеть: навыками системного подхода в решении проблемных ситуаций продовольственного рынка	Комплект имитационных задач Вопросы для сдачи зачета

4	ИД-1ОПК-1	Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	32 (ИД-1ОПК-1)	Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета
5	ИД-2ОПК-1	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	У2 (ИД-2ОПК-1)	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета
6	ИД-3ОПК-1	Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В2 (ИД-3ОПК-1)	Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	Тестовые вопросы, темы дискуссии, вопросы для сдачи зачета

3 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина «Конъюнктура продовольственного рынка» относится к обязательной части основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 19.04.03 «Продукты питания животного происхождения» - Б1.О.09; базируется на компетенциях, сформированных в результате освоения экономических дисциплин программы бакалавриата; является базовой для дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания», «Бизнес планирование производства продуктов питания».

4 ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость изучения дисциплины «Конъюнктура продовольственного рынка» составляет 2 зачетные единицы или 72 часа. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Таблица 4.1 - Распределение общей трудоемкости дисциплины по формам и видам учебной работы

№ п/п	Форма и вид учебной работы	Условное обозначение по учебному плану	Трудоёмкость, ч/з.е.
			очная форма обучения (3 семестр)
1	Контактная работа – всего	Контакт часы	55,1/1,53
1.1	Лекции	Лек	18/0,5
1.2	Семинары и практические занятия	Пр	36/1,0
1.3	Лабораторные работы	Лаб	
1.4	Текущие консультации, руководство и консультации курсовых работ (курсовых проектов)	КТ	0,9 /0,02
1.5	Сдача зачета (зачёта с оценкой), защита курсовой работы (курсового проекта)	КЗ	0,2/0,01
1.6	Предэкзаменационные консультации по дисциплине	КПЭ	
1.7	Сдача экзамена	КЭ	
2	Общий объем самостоятельной работы		16,9/0,47
2.1	Самостоятельная работа	СР	16,9/0,47
2.2	Контроль (самостоятельная подготовка к сдаче экзамена)	Контроль	
	Всего	По плану	72/2

5 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1 – Наименование разделов и их содержание

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Код планируемого результата обучения
1	2	3	4
1	Рынки с.-х. продукции и продовольствия и их основные характеристики	Понятие, функции, предпосылки развития рынка. Классификация рынков. Структура аграрного рынка. Рыночная инфраструктура. Показатели, характеризующие состояние и динамику рынка. Характер и динамики спроса на потребительские товары. Влияние неценовых факторов. Предложение продукции и формирующие его факторы. Показатели эластичности спроса и предложения продукции. Формы и методы конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Организационные структуры рынка. Антимонопольное регулирование. Конкурентоспособность продукции. Конкурентные преимущества организации. Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерческой организации. Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты.	32 (ИД-1 _{УК-1}) У2 (ИД-2 _{УК-1}) В2 (ИД-3 _{УК-1})
2	Маркетинговые исследования рынков	Сущность и основные направления маркетинговых исследований продовольственных рынков. Технология проведения маркетингового исследования. Маркетинговая информация. Сущность, принципы и методы сегментации рынка. Изучение покупательских предпочтений.	32 (ИД-1 _{ОПК-1}) У2 (ИД-2 _{ОПК-1}) В2 (ИД-3 _{ОПК-1})

Таблица 5.2.1 - *Наименование тем лекций и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (очная форма обучения)*

№ п/п	№ раз-дела	Тема лекции	Рассматриваемые вопросы	Вре- мя, ч
1	1	Основы формирова- ния и функциониро- вания рынков	Понятие, функции, предпосылки разви- тия рынка. Классификация рынков. Структура аграрного рынка. Рыночная инфраструктура. Показатели характери- зующие состояние и динамику рынка.	4
2	1	Рыночный механизм и его элементы	Характер и динамики спроса на потреби- тельские товары. Влияние неценовых факторов. Предложение продукции и формирую- щие его факторы. Показатели эластичности спроса и пред- ложения продукции.	4
3	1	Конкурентоспособ- ность продукции и организации	Формы и методы конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Организационные структуры рынка. Антимонопольное ре- гулирование. Конкурентоспособность продукции. Конкурентные преимущества организации.	2
4	1	Ценообразование на с.-х. продукцию, сы- рье и продовольствие	Функции, виды и система цен. Ценовой механизм. Ценовая политика коммерче- ской организации.	2
5	1	Стратегии ценообра- зования на с.-х. про- дукцию, сырье и про- довольствие	Основные стратегии ценообразования на инновационные продукты. Ценовые стра- тегии внедрения инновационного товара на рынок. Стратегии дифференцирован- ных цен. Ценовые дискриминации.	2
6	2	Маркетинговые ис- следования рынка	Сущность и основные направления мар- кетинговых исследований продовольст- венных рынков. Технология проведения маркетингового исследования. Марке- тинговая информация.	2
7	2	Стратегии сегмента- ции	Сущность, принципы и методы сегмента- ции рынка. Изучение покупательских предпочтений.	2
		Итого		18

Таблица 5.3.1 - Наименование тем практических занятий и их объем в часах с указанием рассматриваемых вопросов (очная форма обучения)

№ п/п	№ раздела	Тема практического занятия	Время, ч
1	1	Практическое занятие: 1. Методы анализа емкости потребительского рынка. 2. Методы анализа насыщенности потребительского рынка. 3. Методы анализа конкурентной структуры потребительского рынка.	2
2	1	Решение имитационной задачи «Анализ состояния и динамики товарного рынка». Коллективное обсуждение возможностей применения различных методов анализа в конкретной ситуации.	4
3	1	Практическое занятие: 1. Анализ спроса на продукцию животноводства . 2. Анализ предложения продукции животноводства.	2
4	1	Решение имитационной задачи «Динамика конъюнктуры товарного рынка под влиянием неценовых факторов спроса и предложения».	4
5	1	Решение имитационной задачи «Исследование динамики рыночных цен на сопряженные потребительские товары».	4
6	1	Семинар (учебная дискуссия) «Потребитель в системе рыночных отношений» Маркетинг взаимодействия как современная концепция рыночного поведения хозяйствующего субъекта. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем. Взаимосвязи между ценовой эластичностью спроса и динамикой выручки продавца.	2
7	1	Решение и коллективное обсуждение имитационной задачи «Покупательские предпочтения: взаимосвязь кривых безразличия и спроса на товар»	2
8	1	Семинар (учебная дискуссия) «Хеджирование как инструмент снижения рисков на рынках с.-х. продукции»: Сущность, правила, перспективы биржевой торговли. История развития биржевой торговли. Организация биржевых торгов. Особенности электронной торговли. Виды биржевых сделок. Хеджирование. Тестирование по разделу 1	2
9	2	Семинар (учебная дискуссия) «Современные технологии маркетинговых исследований продовольственных рынков»: 1. Достоинства и недостатки опроса. 2. Особенности исследования панели и фокус-группы. 3. Достоинства и недостатки наблюдения. 4. Роль и виды экспериментов. 5. Техника организации исследования. Заказные омнибусные исследования.	2

10	2	Практическое занятие: 1. Приемы ситуационного маркетингового анализа. 2. Маркетинговый план – неотъемлемый элемент бизнес-планирования.	2
11	2	Практическое занятие: Техника разработки маркетинговой программы.	2
12	2	Выполнение индивидуального задания: 1. Маркетинговое исследование (сбор и анализ вторичной информации, формулирование цели, разработка анкеты, опрос респондентов)	4
13	2	Разработка продвижения инновационного продукта животного происхождения	2
14	2	Презентация исследования и коллективное обсуждение отчетов об исследовании и презентаций. Итоговое тестирование	2
		Итого	36

Таблица 5.4.1 – Распределение трудоемкости самостоятельной работы по видам работ (очная форма)

№ п/п	Вид работ	Время, ч
1	Подготовка к практическим занятиям и семинарам - учебным дискуссиям	5
2	Самоконтроль знаний, подготовка к тестированию по разделам дисциплины, подготовка к зачету	5
3	Выполнение индивидуального задания	4,9
4	Оформление работы, подготовка доклада и презентации, работа в ЭОС	2
	Итого	16,9

6 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИП- ЛИНЕ

Таблица 6.1 – Тема, задания, вопросы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельного изучения (очная форма обучения) (редакция 1.09.2021)

№	№ раздела дисциплины	Тема, вопросы, задание	Время, ч	Рекомендуемая литература
1	1,2	Подготовка к практическим занятиям и семинарам - учебным дискуссиям. Само-контроль знаний, подготовка к тестированию по разделам дисциплины, подготовка к зачету 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	10	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4
2	2	Выполнение индивидуального задания. Оформление работы, подготовка доклада и презентации, работа в ЭОС 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	6,9	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,3,4
	Итого		16,9	

7 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Таблица 7.1 – Образовательные технологии, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (очная форма)

№ раздела	Вид занятия	Используемые технологии и рассматриваемые вопросы	Время, ч
1	ПЗ	Решение имитационных задач. Коллективное обсуждение возможностей применения различных методов анализа в конкретной ситуации. 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	12
1,2	ПЗ	Семинар (учебная дискуссия) с разбором и коллективным обсуждением конкретных ситуаций 32 (ИД-1 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{УК-1}), 32 (ИД-1 _{ОПК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1})	6
2	ПЗ	Презентация индивидуального исследования и коллективное обсуждение отчетов об исследовании и презентаций. У2 (ИД-2 _{УК-1}), В2 (ИД-3 _{УК-1}), У2 (ИД-2 _{ОПК-1}), В2 (ИД-3 _{ОПК-1})	8
		Итого	26

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНЬЮНКТУРА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА»

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, в т.ч. в форме заданий тестового типа, представлены в Приложении.

Задания тестового типа могут быть использованы при проведении диагностических процедур, в т.ч. диагностической работы, в рамках НОКО.

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Таблица 9.1- Основная литература (редакция от 31.08.2026, вводится
в действие с 01.09.2026)*

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		все- го	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: https://urait.ru/bcode/583287/p.1	-	-
2	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: продвинутый уровень : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16056-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 21 — URL: https://urait.ru/bcode/584196/p.1	-	-
3	Сычева, И. В. Экономика промышленного предприятия : учебник для вузов / И. В. Сычева, Н. Г. Абрамкина, Н. А. Сычева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14464-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 54 — URL: https://urait.ru/bcode/588786/p.1	-	-

*Таблица 9.2- Дополнительная литература (редакция от 31.08.2026,
вводится в действие с 01.09.2026)*

№ п/п	Наименование	Количество, экз.	
		всего	в расчете на 100 обучаю- щихся
1	Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16805-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 29 — URL: https://urait.ru/bcode/586963/p.1	-	-
2	Локальные аграрные рынки : учебно-методическое пособие / Л. А. Калинина, Н. Н. Аникиенко, М. С. Ильин [и др.]. — Иркутск : Иркутский ГАУ, 2016. — 269 с. — ISBN 978-5-699-51624-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/143194	-	-
3	Регулирование региональных и локальных рынков товаров и услуг : учебное пособие / Е. В. Белюсова, В. А. Благинин, Э. В. Джалилов [и др.]. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2025. — 136 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/517484	-	-
4	Першакова, Т. В. Передовые технологии и инновации в пищевой промышленности и отраслях агропромышленного комплекса : учебник для вузов / Т. В. Першакова, Т. В. Яковлева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-22399-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 225 — URL: https://urait.ru/bcode/601422/p.1	-	-

**Таблица 9.4 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (редакция от 01.09.2025)
(редакция от 31.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)**

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Сервис «Открытое образование» // Электронный ресурс / http://openedu.ru/	свободный
2	Сервис «Онлайн-курсы Образовательного центра Сириус» // Электронный ресурс / http://sirius.online/	свободный
3	Электронно-библиотечная система издательства «Лань» // Электронный ресурс http://e.lanbook.com/	По договору
4	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» https://rucont.ru/	По договору

Таблица 9.5 – Перечень информационных технологий (перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем), используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине **(редакция от 31.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)**

№ п/п	Наименование базы данных	Возможность доступа (удаленного доступа)
1	Электронная библиотека Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) – собственная генерация	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет; возможность регистрации для удаленной работы по IP.
2	Электронный каталог научной библиотеки Пензенского ГАУ (https://ebs.pgau.ru/Web) – собственная генерация	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет
3	Электронный каталог всех видов документов из фондов ЦНСХБ https://opacg.cnsnb.ru/wlib/	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК
4	Сводный каталог библиотек АПК http://www.cnsnb.ru/artefact3/ia/is1.asp?lv=11&un=svkat&p1=&em=c2R	Доступ свободный с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК
5	Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» (https://e.lanbook.com/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств через Личный кабинет по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность удаленной регистрации и работы
6	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»» (https://lib.rucont.ru/search) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по коллективному или индивидуальному аутентификатору (логин/пароль); возможность регистрации для удаленной работы по IP:
7	Электронно-библиотечная система Znanium (https://znanium.ru/) – сторонняя	С любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальным ключам доступа
8	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. (https://urait.ru/) – сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль), через Личный кабинет
9	Электронная библиотека Издательского центра «Академия» (https://academia-moscow.ru/)-сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору

		(логин/пароль)
10	Электронные ресурсы и библиотеки Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека» (ФГБНУ ЦНСХБ) http://www.cnsnb.ru/ - сторонняя	Доступ с любого компьютера локальной сети университета; с личных ПК, мобильных устройств, имеющих выход в Интернет Доступ к лицензионным ресурсам через терминал удаленного доступа Пензенского ГАУ согласно ежегодно заключаемому договору Заказ документов через службу ЭДД (электронной доставки документов) согласно ежегодно заключаемому договору
11	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp?) – сторонняя	Доступны поиск, просмотр и загрузка полнотекстовых Лицензионных материалов через Интернет (в том числе по электронной почте) по IP адресам университета без ограничения количества пользователей Неограниченный доступ с личных компьютеров для библиографического поиска, просмотра оглавления журналов.
12	НЭБ — Национальная электронная библиотека — скачать и читать онлайн книги, диссертации, учебные пособия (https://rusneb.ru/) – сторонняя	Доступ в зале обеспечения цифровыми ресурсами и сервисами, коворкинга НБ (ауд. 5202)
13	База данных POLPRED.COM Обзор СМИ (https://polpred.com/news) - сторонняя	С любого компьютера локальной сети университета по IP-адресам; с личных ПК, мобильных устройств по индивидуальному аутентификатору (логин/пароль)
14	Справочно-правовая система «КОНСУЛЬТАНТ+» (https://www.consultant.ru/) – сторонняя	В залах университета (ауд. 1237, 5202) без пароля
15	Научная электронная библиотека «КИ-БЕРЛЕНИНКА» (https://cyberleninka.ru/) - сторонняя	Доступ свободный
16	Центр цифровой трансформации в сфере АПК (https://cctmcx.ru/)- сторонняя	Доступ свободный
17	Федеральная служба государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
18	Законодательство России. Официальный интернет-портал правовой информации (http://pravo.gov.ru/ips/) - сторонняя	Доступ свободный
19	Единый портал бюджетной системы Российской Федерации Электронный бюджет (https://budget.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
20	Национальная платформа открытого образования (https://npod.ru/)- сторонняя	Доступ свободный
21	Про Школу ру - бесплатный школьный портал (https://proshkolu.ru) /- сторонняя	Доступ свободный

22	Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы АРБИКОН (https://arbicon.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
23	ФИПС - Федеральное государственное бюджетное учреждение Федеральный институт промышленной собственности (https://www1.fips.ru/)- сторонняя	Доступ свободный
24	Библиотека им. М.Ю. Лермонтова (https://www.liblermont.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
25	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области (https://58.rosstat.gov.ru/) – сторонняя	Доступ свободный
26	Национальный информационно-библиотечный центр ЛИБНЕТ (http://www.nilc.ru/?p=p_skbr)- сторонняя	Доступ свободный
27	Российская государственная библиотека (https://www.rsl.ru/) - сторонняя	Доступ свободный
28	Электронные каталоги Российской национальной библиотеки (https://nlr.ru/nlr_visit/RA1812/elektronnyie-katalogi-rnb) – сторонняя	Доступ свободный
29	РОСИНФОРМАГРОТЕХ (https://rosinformagrotech.ru/) – сторонняя	Доступ свободный

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10.1 – Материально-техническое обеспечение дисциплины
«Конъюнктура продовольственного рынка» (редакция от 28.08.2026, вводится в действие с 01.09.2026)

№ п/п	Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения, наличие возможности подключения к сети «Интернет. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
1	<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1351</p> <p><i>Учебный центр кондитерского производства «Невский кондитер»</i></p>	<p>https://pgau.ru/sveden/objects/pracvo2p https://pgau.ru/sveden/objects/cabvo2p</p>
2	<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1356</p> <p><i>Помещение для междисциплинарной подготовки</i></p>	<p>https://pgau.ru/sveden/objects/pracvo2p https://pgau.ru/sveden/objects/cabvo2p</p>
3	<p>Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 5202</p> <p><i>Зал обеспечения цифровыми ресурсами и сервисами, коворкинга</i> <i>Помещение для научно-исследовательской работы</i></p>	<p>https://pgau.ru/sveden/objects/pracvo2p https://pgau.ru/sveden/objects/cabvo2p</p>
4	<p>Помещение для самостоятельной работы 440014, Пензенская область, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30; аудитория 1237</p> <p><i>Зал обслуживания научными ресурсами, автоматизации RFID-технологий, коворкинга</i> <i>Отдел учета и хранения фондов</i></p>	<p>https://pgau.ru/sveden/objects/pracvo2p https://pgau.ru/sveden/objects/cabvo2p</p>

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

«Конъюнктура продовольственного рынка» как наука имеет свой предмет и метод. Раскрытие предмета и метода дисциплины позволяет установить его содержание и отличие от других предметов. Предметом дисциплины являются субъекты предпринимательства, современные формы бизнеса.

Понимание содержания предмета достигается через познание сущности его метода. Метод данной дисциплины охватывает способы и приемы, при помощи которых изучается его предмет. К числу методов относят: статистический, экспертный, комбинированный, аналитический.

При подборе литературы по изучению данной дисциплины следует обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки, а также использовать систему Internet.

Изучение литературы по выбранной теме нужно начинать с общих работ. При изучении литературы желательно соблюдать следующие рекомендации:

- начинать следует с литературы, раскрывающей теоретические аспекты изучаемого вопроса - монографий и журнальных статей, после этого использовать инструктивные материалы;

- детальное изучение студентом литературных источников заключается в их конспектировании и систематизации (выписки, цитаты, краткое изложение содержания литературного источника или характеристика фактического материала); систематизацию получаемой информации следует проводить по основным разделам выпускной квалификационной работы, предусмотренным планом;

- изучая литературные источники, следите за оформлением выписок, чтобы в дальнейшем было легко ими пользоваться;

- старайтесь ориентироваться на последние данные по соответствующей проблеме, опираться на авторитетные источники, точно указывать, от-

куда взяты материалы; при отборе фактов из литературы подходить к ним критически.

Особой формой фактического материала являются цитаты, которые используются для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника. Число используемых цитат должно быть оптимальным, т.е. определяться потребностями разработки темы.

При изучении сложных тем курса целесообразно использовать правило дидактики, предусматривающее переход от известного к неизвестному, от простого – к сложному, а также максимальное привлечение наглядности. Особого внимания заслуживает словарная работа по изучению новых терминов. Теоретический материал целесообразно подкреплять конкретными примерами, и прежде всего – из сферы деятельности, близкой студентам.

Учитывая проблемы ряда студентов с чтением, необходимо добиваться соблюдения ими орфоэпических норм. Обеспечение принципа наглядности достигается привлечением разнообразных схем, диаграмм, таблиц. Учитывая степень сложности схем и диаграмм, целесообразно наиболее сложные изображать на доске до начала занятия. Это позволит экономить время занятия, сосредоточив усилия на уяснение нового материала.

Готовясь к зачету, полезно повторять материал по вопросам. Прочитав вопрос, сначала вспомните и обязательно кратко запишите все, что вы знаете по этому вопросу, и лишь затем проверьте себя по учебнику. Особое внимание обратите на подзаголовки, главы или параграфы учебника, на правила и выделенный текст. Проверьте правильность дат, основных фактов. Только после этого внимательно, медленно прочтите учебник, выделяя главные мысли, - опорные пункты ответа.

Студенту нужно составить четкий план подготовки. Достижение цели и чувство выполненного долга - мощный стимул.

Обязательно следует чередовать работу и отдых, например, 40 минут занятий, затем 10 минут – перерыв. В конце каждого дня подготовки следует

проверить, как вы усвоили материал: вновь кратко запишите планы всех вопросов, которые были проработаны в этот день.

Одной из форм подготовки высококвалифицированных специалистов в области менеджмента и предпринимательства является тестирование знаний студентов. Последовательное изучение тестового материала даст возможность снизить затраты времени на овладение курсом «Организация предпринимательской деятельности в сфере производства продуктов питания».

Использование тестов особенно эффективно при внедрении новых форм обучения.

Задачи в области образовательного тестирования можно разделить на три основные части: теоретическую, прикладную и нормативную (законодательную). Задачи теоретической части являются наиболее важными. Структура теоретической части состоит из четырех блоков:

- 1) основные представления образовательного тестирования,
- 2) основы обеспечения единства процедур тестирования,
- 3) основы разработки и применения образовательных тестов,
- 4) основы обеспечения точности оценивания знаний.

Содержание названных блоков следующее:

1. *Основные представления образовательного тестирования.* В образовательном тестировании необходимо сформулировать основные понятия, термины, разработать научные положения о мерах образовательной информации и методологию исследований. В основе тестирования лежат представление об объекте исследования. Недостаточная обоснованность основных представлений приводит к многократному решению аналогичных задач заново.

2. *Основы обеспечения единства процедур тестирования.* Это блок определяет практическую ценность новой технологии оценивания знаний. Он включает в себя теоретическое обоснование характеристик образовательной информации.

3. *Основы разработки и применения образовательных тестов.* Этот блок обобщает опыт разработки и практического применения различных

форм заданий теста, а также методов распознавания знаний по этим тестам. Актуальность этого блока объясняется тем, что все большее значение приобретают универсальные формы заданий тестов и оценка знаний в лингвистической и количественной форме.

4. *Основы обеспечения точности оценивания знаний методом тестирования.* Этот блок связан с теорией погрешностей системы предметного тестирования. Актуален вопрос о предельно достижимой погрешности оценивания знаний методом тестирования.

12. СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Аида (AIDA) - одна из самых распространенных моделей рекламного обращения. Аббревиатура английских слов: внимание, интерес, желание, действие. В 1896 г. предложена Э. Левисом (США).

Бартерная сделка - обмен непосредственно товарами и услугами без денежного участия.

Бенчмаркинг - 1. Функция маркетинговой деятельности. 2. Исследование технологии, технологических процессов и методов организации производства и сбыта продукции на лучших предприятиях партнеров и конкурентов в целях повышения эффективности собственной фирмы. 3. Метод анализа превосходства и оценки конкурентных преимуществ партнеров и конкурентов однотипной или смежной отрасли в целях изучения и использования лучшего, чтобы собственной фирме стать лучше (принцип - от лучшего к лучшему).

Биржи товарные - постоянно действующие рынки массовых товаров, однородных по качеству, продаваемых партиями строго определенного количества по стандартным качественным показателям, причем эти партии не обособлены и свободно заменяемы.

Биржи фондовые - постоянно действующий и управляемый рынок, на котором продаются и покупаются ценные бумаги (акции, облигации). Курс ценных бумаг зависит от спроса и предложения, на которые в свою очередь оказывает влияние размер выплачиваемого по ценным бумагам дохода (дивиденда или процента).

Брокер - посредник между покупателями и продавцами, помогающий им договориться в осуществлении купли-продажи товара или услуги. Брокеру платит тот, кто привлек его. Брокер не держит товарных запасов, не принимает участия в финансировании сделок, не принимает на себя никакого риска. В маркетинге брокер - это одно из звеньев канала распределения.

Брэндинг - область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формирование уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов.

Бюджет маркетинга - финансовый план маркетинга, система показателей, раздел плана маркетинга предприятия, в котором в детализированной форме (по элементам комплекса маркетинга или по мероприятиям маркетинга) приведены величины затрат, доходов и прибыли от (для) осуществления маркетинговой деятельности фирмы. Планирование бюджета маркетинга может основываться на целевой прибыли или исходя из оптимизации прибыли.

Вариация товара - модификация товара, который уже производится и находится на рынке, путем изменения его отдельных свойств или показателей качества. Могут быть изменены физические (материал, качество), эстетические (дизайн, цвет, форма), символические (название марки товара) свойства товара. Важнейшими стратегиями модификации могут быть страте-

гии улучшения качества товара, повышения полезности товара, улучшение формы и стиля товара.

Демпинг - продажа товара по ценам, значительно ниже среднего рыночного уровня, так называемым "бросовым", иногда ниже себестоимости. Во многих западных странах действуют антидемпинговые законодательства, которые защищают прибыль национальных производителей и нередко препятствуют ввозу товаров из других стран, предлагаемых по пониженным ценам в связи с недостаточной конкурентоспособностью.

Диагностика конкурентной среды - специфический, самостоятельный этап маркетингового исследования, необходимый для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Диверсификация - 1. Вид товарной стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов. 2. Одновременное расширение, развитие двух и более (не связанных друг с другом) видов производств в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли. Применяют горизонтальную, вертикальную и скрытую стратегии диверсификации.

Диверсификация горизонтальная - пополнение ассортимента фирмы новыми изделиями, которые не связаны с выпускаемыми ныне, но могут вызвать интерес существующей клиентуры.

Диверсификация конгломератная - пополнение ассортимента изделиями, не имеющими никакого отношения ни к применяемой фирмой технологии, ни к ее нынешним товарам и рынкам.

Диверсификация концентрическая - пополнение ассортимента новыми изделиями, которые с технической или маркетинговой точки зрения похожи на существующие товары фирмы.

Дилер - в переводе с английского языка и по виду занятий - это делец. Так, например, Д. фондовой биржи - это человек, торгующий ценными бумагами и за свой счет и по поручению. Хотя Д. иногда выступает как брокер, в его деятельности преобладает не посредничество, а самостоятельная торговля, в которой он становится собственником приобретаемых товаров. В отличие от брокера и торгового агента доходы Д. складываются в основном не за счет вознаграждений, а из разницы между проданной и покупной ценой товара. В маркетинге Д. - это возможное звено каналов распределения.

Жизненный цикл товара — период чередования основных фаз существования товара: разработки, производства, выхода на рынок, роста, насыщения рынка и морального старения.

Издержки производства и реализации продукции — стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и реализацию продукции.

Износ основных фондов — постепенная утрата основными фондами (зданиями, машинами и другими средствами труда) их полезных свойств. Различаются физический и моральный износ основных производственных

фондов. *Физический износ* — материальное снашивание средств труда вследствие их использования и воздействия сил природы. *Моральный износ* средств труда может наступить до полного физического износа вследствие того, что появляются более производительные, точные и экономичные машины и оборудование.

Имущество — совокупность имущественных прав данного лица каждое из которых может быть по отдельности отчуждено (продано подарено, уничтожено).

Инвестиции — долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих предприятий, освоения новейших технологий и техники, производства и получения прибыли.

Инвестиционная политика — определение наиболее приоритетных направлений капитальных вложений, от которых зависит повышение эффективности экономики, обеспечение наибольшего прироста продукции и национального дохода на каждый рубль.

Инвестиционный климат — это совокупность политических, экономических, юридических, социальных, бытовых и других факторов, которые определяют, в конечном счете, степень риска капиталовложений и возможность их эффективного использования.

Инвестиционный проект — план вложения капитала в целях получения прибыли; система, включающая в себя определенный набор организационно-правовых и расчетно-финансовых документов, необходимых для осуществления определенных целей, получения определенных результатов.

Инвестор — частный предприниматель, организация или государство, осуществляющие долгосрочное вложение капитала в какое-либо дело, предприятие в целях получения прибыли.

Инжиниринг — предоставление на коммерческой основе (в форме контракта) различных инженерно-консультационных услуг.

Инновация — нововведение, комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств (нового практического средства) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества.

Интенсификация — процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса. Интенсивное экономическое развитие противопоставляется экстенсивному, сущность которого состоит в дополнительном вовлечении ресурсов.

Инфраструктура — комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное (или какое-либо другое) производство, а также население. Включает транспорт, связь, торговлю, материально-техническое обеспечение, науку, образование, здравоохранение.

Капитальные вложения — затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов. *Окупаемость капитальных вложений* — показатель эффективности

капитальных вложений, определяемый как отношение капитальных вложений к экономическому эффекту, получаемому от их использования в процессе производства.

Качество — совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

Качество продукции — совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением.

Коллективный договор — правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателем и работником на предприятии.

Коммерческая тайна предприятия — не являющиеся государственными секретами сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением финансами и другой деятельностью предприятия, разглашение которых может нанести ущерб его интересам.

Компания — образуемое на базе паевого капитала объединение предпринимателей, являющееся юридическим лицом. Разновидное-ти: акционерное общество, компания с ограниченной ответственностью и др.

Конверсия — переориентация предприятия на производство продукции принципиально другого типа.

Конкурентоспособность — способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком качественном уровне.

Концентрация производства — сосредоточение выпуска продукции на крупных предприятиях.

Концерн — объединение самостоятельных предприятий различных отраслей, связанных совместными разработками, посредством системы участия, патентно-лицензионных соглашений, финансирования, тесного производственного сотрудничества.

Кооперирование — процесс установления длительных прямых хозяйственных связей по совместному изготовлению конечного продукта.

Корпоративное управление - система управления, выражающая согласованную волю собственника имущества, менеджеров и трудового коллектива.

Кредиторы — лица, имеющие по отношению к должнику права требования по денежным обязательствам и иным обязательствам об уплате обязательных платежей, о выплате выходных пособий и об оплате труда лиц, работающих по трудовому договору.

Лизинг — способ финансирования инвестиций, основанный на долгосрочной аренде имущества при сохранении права собственности за арендодателем; средне- и долгосрочная аренда машин, оборудования и транспортных средств.

Лицензия — специальное разрешение юридическому лицу уполномоченных на то государственных органов осуществлять конкретные, оговоренные законом хозяйственные операции, включая внешнеторговые (экспортные и импортные).

Маркетинг — комплексная система управления деятельностью предприятия по разработке, производству и сбыту продукции или предоставлению услуг на основе изучения рынка и активного воздействия на потребительский спрос.

Маркетинговая деятельность предприятия — это комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды предприятия, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ.

Маркетинговая стратегия — комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия.

Материалоемкость продукции — затраты сырья, материалов и других материальных ресурсов на единицу произведенной продукции. Снижение материалоемкости позволяет получить больше готовых продуктов из тех же материальных ресурсов, снижает себестоимость продукции и затраты на развитие сырьевых отраслей.

Механизм регулирования заработной платы — совокупность законодательных и других нормативных актов и действующих на их основе институтов (государственных и общественных), призванных влиять на установление условий оплаты труда в процессе взаимоотношений между работниками и работодателями.

Монополист — единственный производитель конкретного товара. Как правило, назначает за этот товар монопольно высокую цену, в результате чего потребители и общество несут повышенные издержки.

Налоги — обязательные индивидуально-безвозмездные платежи, взимаемые с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства или муниципальных образований.

Налог на добавленную стоимость — косвенный налог; выступает в форме надбавки к цене товара (работ, услуг) и непосредственно не затрагивает доходности предприятия.

Налоговая декларация — письменное заявление налогоплательщика о полученных доходах и произведенных расходах, источниках доходов, налоговых льготах и исчисленной сумме налога и (или) другие данные, связанные с исчислением и уплатой налога.

Налоговая санкция — мера ответственности за совершение налогового правонарушения.

Налоговая система — совокупность обязательных поступлений в бюджеты и во внебюджетные фонды, методы и принципы их построения.

Научно-технический потенциал — обобщенная характеристика уровня развития науки, инженерного дела, техники в стране, возможностей и ресурсов, которыми располагает общество для решения научно-технических проблем.

Научно-технический прогресс — процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства и труда.

Научно-технологическая подготовка производства — комплекс нормативно-технических мероприятий, регламентирующих конструкторскую, технологическую подготовку производства и систему постановки продукции на производство.

Национальная экономика — единый комплекс взаимосвязанных отраслей и видов экономической деятельности, сформированных в результате общественного разделения труда, научно-технического развития, международного сотрудничества, специфичных в пределах той или иной страны.

Несостоятельность (банкротство) — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Неценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы посредством использования маркетинговых мероприятий в области рекламы, товарной марки, торгового знака, ноу-хау и т.п., направленных на подчеркивание уникальности товара.

Нормативный документ по стандартизации — документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся объектов стандартизации, определенных видов деятельности или их результатов, и доступный широкому кругу пользователей.

Оборот оборотных средств — движение оборотных средств предприятия, последовательный переход из одной формы в другую. Чем быстрее оборачиваются оборотные средства на предприятии, тем больше продукции оно сможет выпустить с той же суммой оборотных средств. Ускорение оборачиваемости оборотных средств достигается строгим соблюдением нормативов производственных запасов, сокращением производственного цикла, быстрой реализацией готовой продукции.

Оборотные производственные фонды — предметы труда, используемые в производстве (сырье, материалы, топливо, тара, запасные части для ремонта и др.). Полностью потребляются в каждом производственном цикле и приобретаются за счет оборотных средств предприятия.

Оборотные средства — выраженные в денежной форме средства предприятия, вложенные в производственные запасы, незавершенное производство, готовую продукцию, затраты на освоение новой продукции, расходы будущих лет.

Обязательные платежи — налоги, сборы и иные обязательные взносы в бюджет соответствующего уровня и в государственные внебюджетные фонды в порядке и на условиях, которые определяются законодательством Российской Федерации.

Оплата труда — регулярно получаемое вознаграждение за произведенную продукцию или оказанные услуги, включая оплату отпусков, праздничных дней и другого неотработанного времени в соответствии с трудовым законодательством и коллективными договорами.

Оптимальный размер предприятия — размер предприятия, обеспечивающий выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом приведенных затрат и максимально возможной эффективностью.

Организация — система, состоящая из подсистем или частей. В хозяйственной организации выделяются две части: управляемая и управляющая или соответственно объект и субъект управления. Организация как субъект может представлять собой аппарат управления предприятия либо объединения предприятий, как объект — выступает таковой в единстве всех структурных единиц производства и хозяйства или иных видов деятельности. В соответствии с Гражданским кодексом РФ (ст. 48) организация — это юридическое лицо, которое имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. При этом юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации), либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации) (ст. 50).

Основные непроизводственные фонды — предметы длительного пользования, обслуживающие в обществе непроизводственное потребление. К ним относятся жилые здания, поликлиники, клубы, санатории, стадионы и т.п., находящиеся на балансе предприятия.

Основные производственные фонды — средства труда (здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства и др.), с помощью которых изготавливается продукция. Они служат длительный срок, сохраняют в процессе производства свою натуральную форму и переносят свою стоимость на готовый продукт частями, по мере износа. Пополняются за счет капитальных вложений.

Отрасль (экономической деятельности) — совокупность предприятий и организаций, для которых характерна общность сферы деятельности, выпускаемой продукции, технологии производства, использования сырья, основных фондов и профессиональных навыков работников.

Оценка уровня качества продукции — совокупность операций, включающая выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сопоставление их с базовыми.

Персонал — личный состав организации или часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным или иным признакам.

Подбор кадров — процесс, включающий определение требований, которые предъявляет каждая должность к кандидатам на замещение; установление качеств личности кандидатов; отбор кандидатов, которые по своим качествам наиболее соответствуют требованиям должности; назначение на должность.

Подготовка кадров — система образования, дающая знания, навыки и умения для выполнения работы в определенной области деятельности.

Позиционирование товара — выбор конкретного рынка и определение круга конкурентов организации. Изучив позиции конкурентов, организация решает, занять ли место, близкое к одной из позиций конкурентов, или попытаться заполнить выявленную на рынке нишу.

Показатель качества продукции — это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации и потребления.

Портфельная стратегия — управление всеми предприятиями и организациями, входящими в корпорацию, с помощью ценных бумаг. Важное значение здесь имеют пути образования портфелей.

Портфельные инвестиции — инвестиции в долгосрочные ценные бумаги (акции, облигации, векселя и др.).

Право оперативного управления — право учреждения или казенного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться закрепленным за ним имуществом собственника в пределах, установленных законом, в соответствии с целями его деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

Право хозяйственного ведения — это право государственного или муниципального предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом собственника в пределах, установленных законом или иными правовыми актами.

Предприятие — являющийся юридическим лицом самостоятельный хозяйственный субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Прогнозирование — научно обоснованное предсказание вероятностного развития событий или явлений на будущее на основе статистических, социальных, экономических и других исследований.

Производительность труда — продуктивность производственной деятельности людей; измеряется количеством продукции, произведенной работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени, или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции. Общественная производительность труда выражается в размере произведенного национального дохода в расчете на одного занятого в отраслях материального производства.

Производственная мощность — максимально возможный выпуск продукции при наиболее полном и рациональном использовании основных производственных и оборотных фондов, а также финансовых ресурсов.

Производственная структура — совокупность связей производственных подразделений предприятия — цехов, участков, обслуживающих хозяйств и служб, прямо или косвенно участвующих в производственном процессе.

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

Производство — процесс создания материальных благ, необходимый для существования и развития общества.

Прямой маркетинг — форма маркетинга, которая подразумевает общение непосредственно, напрямую с покупателями.

Реклама — использование продавцом платных средств распространения информации для доведения увещательных сведений о товарах, услугах или организациях; является мощным средством стимулирования сбыта продукции.

Реконструкция — процесс коренного переустройства действующего производства на базе технического и организационного совершенствования, комплексного обновления, модернизации основных фондов.

Рентабельность продукции — показатель эффективности производства, определяемый отношением прибыли от реализации продукции к ее себестоимости (в процентах).

Рентабельность производства — показатель эффективности производства, определяемый отношением общей (балансовой) прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Реструктуризация задолженности — изменения в условиях долгового контракта, в соответствии с которыми кредитор предоставляет должнику какую-либо уступку или преимущество (льготы).

Реструктуризация предприятий — это изменения в управленческой, производственной и др. структурах предприятий в целях их адаптации к кардинально изменившимся условиям хозяйствования.

Ресурсы — факторы производства (трудовые, материальные, финансовые, организационные, информационные и др.), привлекаемые предприятием, фирмой для осуществления поставленных перед собой целей.

Риск — возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и исполнения бюджетов предприятия, фирмы.

Рынок чистой монополии — рынок единственного производителя-продавца, устанавливающего цену с целью получить сверхприбыль за счет извлечения максимально возможного потребительского излишка.

Свободная экономическая зона — часть территории государства, имеющая свободный режим для инвестиций иностранного капитала и упрощенные таможенные правила.

Сегмент рынка — группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Сектор национальной экономики — совокупность институциональных единиц, однородных с точки зрения целей, функций, выполняемых ими в экономическом процессе, поведения и методов финансирования затрат на производство.

Сертификат — документ, удостоверяющий качество товара, выдаваемый компетентными органами на основе экспертизы товара.

Сертификат качества — документ, удостоверяющий качество поставленного товара.

Сертификат соответствия — документально оформленный результат проведения специальной процедуры (соответствие продукции заданным требованиям или условиям).

Сертификация — документальное подтверждение соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.

Система заработной платы — способ увязки цены рабочей силы (ставок заработной платы) с результатами труда работников, позволяющий начислять заработную плату работнику в соответствии с фактическими результатами его труда.

Система показателей — совокупность взаимосвязанных величин, всесторонне отображающих состояние и развитие данного субъекта или явления.

Совместное предпринимательство — форма производственной деятельности предприятий двух или нескольких стран, ориентированной на кооперацию в сфере производства и обращения.

Специализация производства — сосредоточение выпуска конструктивно и технологически однородной продукции массового потребления на крупных предприятиях.

Стандартизация — деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления положений для всеобщего и многократного использования в отношении реально существующих или потенциальных задач.

Стандарт-костинг — система калькулирования себестоимости продукции или затрат путем утверждения целевых или плановых значений (стандартов) по отдельным видам и анализа отклонений между фактическими и стандартными затратами.

Стоимость — денежная оценка какого-либо объекта.

Стратегическое управление — одно из направлений менеджменту, главная задача которого состоит в выработке генерального курса долгосрочных (перспективных) целей корпорации, предприятия и разработке конкретных программ для их достижения. Стратегическое управление рассматривает

широкий круг вопросов, связанных с проблемами управления компанией на стратегическом уровне.

Стратегия (организации) — конкретная программа организации, в соответствии с которой осуществляется ее деятельность, дальнейшее совершенствование и управление.

Стратегия ценообразования — совокупность мероприятий по установлению цен на выпускаемую продукцию в целях захвата потребительского излишка и максимизации прибыли.

Структура национальной экономики — количественные соотношения между ее сферами, секторами, отраслями (видами экономической деятельности).

Товар - продукт труда, произведенный для обмена.

Товарная стратегия — комплекс мероприятий, направленный на реализацию маркетинговой стратегии организации; включает в себя разработку товарно-марочной стратегии, новых товаров, коммерческое производство в соответствии с жизненным циклом товара, установление цен на товары, выбор каналов распространения товаров, продвижение товаров на рынок.

Трудовой договор — соглашение между работником и работодателем, по которому работник обязуется выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему трудовому распорядку, а работодатель обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные соответствующим законодательством, коллективным договором.

Трудовые ресурсы — часть населения страны, располагающая совокупностью физических и духовных способностей, которая может принять участие в процессе труда. Трудовые ресурсы характеризуют численность трудоспособного населения и являются важным элементом экономического потенциала страны.

Трудоемкость продукции — величина, обратная показателю производительности живого труда. Определяется как отношение количества труда, затраченного в сфере материального производства, к объему произведенной продукции.

Управление — процесс целенаправленного, систематического и непрерывного воздействия управляющей подсистемы на управляемую с помощью так называемых общих функций управления, образующих замкнутый и бесконечно повторяющийся управленческий цикл.

Управление маркетинговой стратегией — руководство этапами ее разработки и внедрения. Предполагает сбор информации и ее анализ; принятие и исполнение решений; наблюдение за результатами и исправление ошибок.

Управление персоналом — деятельность, выполняемая в организации, которая способствует наиболее эффективному использованию работников для достижения организационных и личных целей.

Управленческая информация — политическая, экологическая, социальная, техническая, экономическая и другие виды информации, которые образуют информационное пространство для принятия решения.

Уровень качества продукции — относительная характеристика ее качества, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции, с базовыми значениями соответствующих показателей.

Фирма — предприятие или совокупность специализированных организаций любой формы собственности, являющихся юридическими лицами и объединяющих под одним управлением (и общим фирменным наименованием) производство и сбыт товаров.

Фондовооруженность — показатель оснащенности основными производственными фондами (размер основных производственных фондов в расчете на одного работника или рабочего предприятия).

Фондоемкость — показатель, обратный фондоотдаче. Исчисляется как отношение средней стоимости основных производственных фондов к объему произведенной продукции.

Фондоотдача — количество продукции в расчете на рубль основных производственных фондов. Рост фондоотдачи — важнейшее направление лучшего использования основных производственных фондов.

Франчайзи (оператор) — мелкое предприятие, заключающее сделки с крупным предприятием-франчайзером.

Франчайзинг — смешанная форма крупного и малого предпринимательства; система взаимовыгодных партнерских отношений.

Франчайзер — крупное предприятие (корпорация, фирма и т.п.), заключающее договор франчайзинга с франчайзи.

Функциональная стратегия — стратегия на уровне отдельных подразделений фирм. Главная задача функциональной стратегии — доведение целей и задач деловой стратегии до каждого конкретного исполнителя в структурном подразделении.

Фактор — причина, движущая сила какого-либо процесса или явления, определяющая его характер или одну из основных черт.

Федеральные налоги — налоги и сборы, устанавливаемые Налоговым кодексом и обязательные к уплате на всей территории РФ.

Философия маркетинга — совокупность принципов, ценностей и убеждений, основанных на том, что эффективность деятельности организации зависит от степени удовлетворения потребительского спроса.

Финансовые вложения — вложения денежных средств, материальных и иных ценностей в ценные бумаги других юридических лиц, процентные облигации государственных и местных займов, в уставные (складочные) капиталы других юридических лиц, созданных на территории страны, капитал организаций за рубежом и т.п., а также займы, предоставленные другим юридическим лицам.

Цена — это денежное выражение стоимости единицы продукции.

Ценовая конкуренция — это вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на продукцию.

Ценовая политика предприятия — комплекс мероприятий, направленный на установление оптимальной цены на продукцию в целях максимизации прибыли.

Экономическая информация — сведения о состоянии стадий общественного воспроизводства: потребления, производства, обмена, распределения и перераспределения.

Экономически активное население — часть населения, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг.

Экономически неактивное население — часть населения, вне рабочей силы, которая не имеет работы, не ищет ее и не готово работать.

Элементы налога (субъект, объект, ставка, налоговая база и др.) — отражают социально-экономическую сущность налога, его родовые признаки.

Эргономика — наука, занимающаяся изучением взаимной адаптации человека и машины.

Этика — система норм нравственного поведения людей, их обязанностей по отношению друг к другу и к обществу в целом.

Приложение

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный аграрный
университет»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
КОНЬЮНКТУРА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

Направление подготовки
**19.04.03 ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ЖИВОТНОГО
ПРОИСХОЖДЕНИЯ**

Направленность (профиль) программы
**Производство инновационных продуктов
животного происхождения**

(программа магистратуры)

Квалификация
«Магистр»

Форма обучения – очная, заочная

Пенза – 2026

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования и индикаторов достижения

Таблица 1.1 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования и индикаторов достижения по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка»

№ пп	Код и наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Код планируемого результата обучения	Этапы формирования компетенции
1	УК-1 - способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД-1 _{УК-1}	алгоритм поиска вариантов решения поставленной проблемной ситуации	32 (ИД-1 _{УК-1})	Знать: проблемы современного продовольственного рынка и алгоритм их решения
		ИД-2 _{УК-1}	анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагать способы их решения	У2 (ИД-2 _{УК-1})	Уметь: грамотно анализировать проблемную ситуацию и применять полученную информацию для решения поставленных задач
		ИД-3 _{УК-1}	методами разработки стратегии достижения поставленной цели при решении проблемных ситуаций	В2 (ИД-3 _{УК-1})	Владеть: навыками системного подхода в решении проблемных ситуаций продовольственного рынка
2	ОПК-1 - способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	ИД-1 _{ОПК-1}	стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении предприятиями по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	32 (ИД-1 _{ОПК-1})	Знать: стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятий на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка

		ИД-2 <small>ОПК-1</small>	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции при управлении проектами по производству продуктов питания на основе современной конъюнктуры продовольственного рынка	У2 (ИД-2 <small>ОПК-1</small>)	Уметь: планировать и разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции с учётом конъюнктуры продовольственного рынка
		ИД-3 <small>ОПК-1</small>	Владеть: навыками управления проектами на основе эффективной стратегии, инновационной политики с учётом конъюнктуры продовольственного рынка	В2 (ИД-3 <small>ОПК-1</small>)	Владеть: навыками разработки эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособных концепций с учётом конъюнктуры продовольственного рынка

2 Оценочные материалы по дисциплине «Конъюнктура продовольственного рынка»

2.1 Оценочные материалы тестового типа

Таблица 2.1 - Задания тестового типа

№ п/п	Текст задания	Варианты ответов	Правильный ответ	Код компетенции	Семестр
1. Задание закрытого типа на установление соответствия					
Инструкция (сценарий выполнения):					
1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.					
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 — вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 — утверждения, свойства объектов и т.д.					
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.					
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4)					
1.	Установить соответствие между стадией цикла и его характеристикой А. Кризис Б. Депрессия В. Оживление Г. Подъем	1. Противоречие между общественным характером производства и способом присвоения его результатов. Возникает ситуация, когда объем производства больше объема потребления, следовательно, начинает падать объем производства, увеличиваются неиспользованные производственные мощности, безработица и, как следствие падает спрос 2. Застой в экономике. Возникает цепочка зависимостей: Сокращение производства → Уменьшение поступления товаров на рынок (снижение предложения) → Прекращение падения цен → Уменьшение товарных запасов (затоваренная масса начинает рассасываться благодаря расширению спроса) 3. Нарастающее обновление основного капитала. Это происходит за счет снижения издержек, которое, в свою очередь, происходит либо за счет манипуляции рабочей силой, либо интенсивного приобретения капитальных товаров 4. Достижение уровня производства, превосходящего уровень предшествующего пика производства, появление новых пред-приятний	А1Б2В3Г4	УК-1	3

2.	<p>Установить соответствие между конъюнктурообразующими факторами и их содержанием</p> <p>А. Циклические</p> <p>Б. Нециклические постоянно действующие</p> <p>В. Нециклические непостоянно действующие</p>	<p>1. Кризис, депрессия, оживление, подъем</p> <p>2. Изменение, внешних условий развития мировой экономики, тенденции развития НТП, Влияние международных корпораций и монополий, воздействие государства, милитаризация экономики, инфляция</p> <p>3. Сезонность, социальные конфликты, политический кризис, стихийные бедствия и погодные изменения</p>	A1B2B3	УК-1	3
3.	<p>Установить соответствие между порядком последовательности изучения конъюнктуры мировых рынков, направлением и их содержанием</p> <p>А. Анализ производства</p> <p>Б. Анализ спроса и потребления</p> <p>В. Анализ мировой торговли</p> <p>Г. Анализ цен</p>	<p>1. Определение: удельного веса стран, фирм-производителей; мощностей, степени загрузки мощностей; перспективы ввода новых мощностей; конъюнктурообразующих факторов</p> <p>2. Выяснение основных причин изменения емкости данного рынка; исследование новых отраслей на предмет потенциального потребления данного товара; изучение факторов, влияющих на объем потребления и спроса на появление и развитие новых отраслей; исследование динамики запасов данного товара у производителей, потребителей и дистрибьюторов</p> <p>3. Динамика мирового экспорта и импорта как в целом в мире, так и по отдельно взятым странам; изменение удельного веса ведущих стран-импортеров и экспортеров; роль корпораций на рынке; каналы распределения; политика и роль посредников</p> <p>4. Основные тенденции в движении цен; основные факторы, послужившие причиной изменения цен (рост или сокращение издержек, роль корпораций, государства, политические факторы и т.д.)</p>	A1B2B3Г4	ОПК-1	3

4.	<p>Установить соответствие между видом цены и ее содержанием.</p> <p>А. Публичные справочные</p> <p>Б. Публичные биржевые</p> <p>В. Публичные аукционные</p> <p>Г. Публичные статистические внешне-торговые</p> <p>Д. Расчетные</p> <p>Е. Контрактные</p> <p>Ж. Базисные</p>	<p>1. Цены продавца, публикуемые в специализированных изданиях, бюллетенях, периодической литературе, газетах, журналах, каналах компьютерной информации</p> <p>2. Котировки наиболее известных и зарекомендовавших себя учреждений с высококвалифицированным персоналом, являются фактическими ценами сделок в данный момент и не отражают в себе другие инструменты международной торговли: условия поставки, платежи и т.д.</p> <p>3. Показывают цены, полученные в результате торгов, реальные, отражающие спрос и предложение в данный временной период</p> <p>4. Цены публикуются в различных национальных и международных справочниках.</p> <p>5. Цены договоров купли-продажи, систематизированные Международной Торговой Палатой в ее издании «Инкотермс» - свод правил, носящий необязательный характер, применяются, если на них сделана прямая ссылка в контракте</p> <p>6. Цены рассчитывают, ориентируясь на издержки производства. Цены применяются при заключении контрактов на поставку нестандартного оборудования, где нет возможности ориентироваться на налог.</p> <p>7. Цены устанавливаются в процессе переговоров при заключении контракта. Виды данных цен различаются по степени их фиксации</p>	A4B2B3Г1Д6Е7Ж5	ОПК-1	3
----	--	--	----------------	-------	---

2. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция (сценарий выполнения):

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности без пробелов и знаков препинания (например, БВА или 135)

1.	<p>Определите последовательность Этапы изучения конъюнктуры мировых рынков</p>	<p>1. Экономический прогноз конъюнктуры</p> <p>2. Предварительный – исследование основных черт и особенностей конкретного товарного рынка</p> <p>3. Сбор и накопление конъюнктурной информации</p>	231	УК-1	3
----	--	--	-----	------	---

2.	Установите правильный порядок этапов опроса индекса потребительского доверия:	1. оценка респондентами текущих условий ведения бизнеса 2. оценка респондентами текущих условий занятости 3. определение ожиданий респондентов относительно условий ведения бизнеса через шесть месяцев 4. определение ожиданий респондентов относительно условий трудоустройства через шесть месяцев 5. определение ожиданий респондентов относительно общего дохода их семьи через шесть месяцев	12345	УК-1	3
3.	Установите правильную последовательность этапов метода Дельфи:	1. разработка комплекса задач, выдвигаемых перед экспертами 2. формирование представительной группы экспертов 3. анонимный опрос экспертов 4. ранжированное распределение ответов по атрибутивным или количественным признакам	2134	ОПК-1	3
4.	Установите правильный порядок структуры плана анализа рынка:	1. в зависимости от цели определить, какие факторы нужно исследовать 2. выбрать методы и источники данных 3. с помощью выбранных методов и источников данных собрать подробную и достоверную информацию 4. систематизировать и изучить данные 5. на основе полученных результатов выбрать оптимальную стратегию	12345	ОПК-1	3

3. Задание открытого типа с развернутым ответом/ задача

Инструкция (сценарий выполнения):

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи записать решение и ответ

1.	Даны следующие данные: объем реализации продукции — 15 000 шт., оптовая цена единицы продукции — 800 руб., переменные затраты на единицу — 400 руб., постоянные затраты на годовой выпуск — 2400 тыс. руб. Требуется рассчитать точку безубыточности		Решение: Точка безубыточности рассчитывается по формуле: $TБ = ПОС / (Ц - ПЕР)$, где ПОС — постоянные затраты, Ц — цена, ПЕР — переменные затраты на единицу. Подставляя значения, получаем: $TБ = 2400\ 000 / (800 - 400) = 400\ 000$ шт. Ответ. 400000	УК-1	3
----	--	--	---	------	---

2.	Даны следующие данные: объём реализации продукции — 15 000 шт., оптовая цена единицы продукции — 800 руб., переменные затраты на единицу — 400 руб., постоянные затраты на годовой выпуск — 2400 тыс. руб. Требуется рассчитать дополнительный размер дохода после технико-организационных мероприятий, сокращающих переменные затраты на 5%, а постоянные — на 300 тыс. руб.		Решение: Дополнительный доход рассчитывается как разница между прибылью до изменений и прибылью после изменений. Прибыль до изменений: $800 \times 15\,000 - 2400\,000 = 9\,200\,000$ руб. После изменений: $9\,200\,000 - (2400\,000 - 300\,000) - 400 \times (1 - 0,05 \times 15\,000) = 9\,200\,000 - 2100\,000 - 600\,000 = 6\,500\,000$ руб. Ответ. 6500000	УК-1	3
3.	Даны данные: ёмкость рынка — 1340 тыс. единиц товара, первое предприятие имеет реальный объём продаж — 268 тыс. единиц, второе — 402 тыс. единиц. При этом стоимость основных фондов первого предприятия — 8450 тыс. руб., второго — 17 680 тыс. руб. Требуется определить, какое предприятие имеет более высокую конкурентную позицию.		Решение: конкурентная позиция предприятия рассчитывается как отношение объёма продаж к стоимости основных фондов ($W_c = V/F$, где V — объём продаж, F — стоимость основных фондов). Подставляя значения, получаем: для первого предприятия: $W_{c1} = 268\,000 : 8\,450\,000 = 0,032$ (ед./руб.); для второго предприятия: $W_{c2} = 402\,000 : 17\,680\,000 = 0,023$ (ед./руб.). Ответ. 0,032	ОПК-1	3
4.	На рынке общий оборот продукции составил 14 млрд. руб. Оборот предприятия в общем обороте — 5 млрд. руб. результаты исследования рынка показали, что на этом рынке оборот можно повысить до 20 млрд. руб., если заинтересовать потенциальных покупателей. Вопросы: 1. Какова доля этого предприятия на рынке?		Решение: Доля рынка = (Общий оборот рынка / Оборот предприятия) $\times 100\%$ Подставляем значения: Доля рынка = (5 млрд руб. / 14 млрд руб.) $\times 100\% \approx 35,71\%$ Ответ: 35,71 %.	ОПК-1	3

4. Задания открытого типа с кратким ответом/ вставить термин, словосочетание....., дополнить предложенное

Инструкция (сценарий выполнения):

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ в виде термина, словосочетания, дополнить предложенное

1.	... – это подробное изучение деятельности конкурентов, в ходе которого собирается информация из средств массовой информации, социальных сетей, различных сайтов (аналитик может воспользоваться услугами тайного покупателя или действовать самостоятельно)		Конкурентный анализ	УК-1	3
2.	... показатель индекса потребительского доверия, как правило, предполагает, что потребители испытывают меньше надежд и больше настороженности по поводу состояния экономики, что выражается в их действиях по сбережению и расходованию средств		Низкий	УК-1	3
3.	... тайна означает конфиденциальность информации, которая позволяет обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду		Коммерческая	ОПК-1	3
4.	... тренд характеризуется повышением нижних ценовых колебаний; линией такого тренда будет ограничивающая его снизу линия, проходящая через его минимальные значения		Восходящий	ОПК-1	3

5. Задания комбинированного типа с выбором одного/нескольких правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора

<p>Инструкция (сценарий выполнения):</p> <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать номер правильного ответа или номера правильных ответов без пробелов и запятых (в зависимости от задания) и дать обоснование, используя четкие компактные формулировки.</p>					
1.	Временное, приходящее состояние факторов и условий, влияющих на развитие мировой экономики, экономическое развитие отдельной страны, а также развитие какой-либо сферы воспроизводства относится к понятию:	1. мировой рынок 2. конъюнктура 3. мировое хозяйство 4. номенклатура 5. цикличность	2 Обоснование: Конъюнктура — это временное, приходящее состояние факторов и условий, влияющих на развитие: - мировой экономики в целом; - экономического развития отдельной страны; - какой-либо сферы воспроизводства (отрасли, рынка товара и т.д.).	УК-1	3
2.	Общехозяйственная конъюнктура характеризует:	1. состояние всего мирового хозяйства 2. состояние отдельных рынков 3. весь процесс воспроизводства страны или мировой экономики в совокупности 4. колебания конъюнктурообразующих факторов 5. экономику отдельной страны на конкретный период времени	135 Обоснование: Общехозяйственная конъюнктура отражает общее экономическое состояние на макроуровне — как в рамках отдельной страны, так и в масштабах мировой экономики.	УК-1	3
3.	Основные виды мировых цен:	1. публичные 2. коммерческие 3. контрактные 4. мировые 5. базисные 6. расчетные	1356 Обоснование: Мировые цены — это цены крупных, систематических и устойчивых экспортно-импортных сделок, совершаемых на обычных коммерческих условиях в основных центрах международной торговли.	ОПК-1	3

4.	Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?	1. состояние экономики 2. размер компании-производителя 3. уровень конкуренции на рынке 4. потребности потребителей	3 Обоснование: Уровень конкуренции на рынке: - Высокая конкуренция. При большом числе игроков на рынке компании часто снижают цены, чтобы привлечь покупателей (ценовая конкуренция). - Монополия/олигополия. Если на рынке продавцов, они могут поддерживать более высокие цены. - Появление новых игроков. Выход на рынок новых компаний может спровоцировать снижение цен за счёт расширения предложения. - Ценовые войны. Конкуренты могут оследовательно снижать цены, чтобы переманить клиентов друг у друга.	ОПК-1	3
----	--	--	---	-------	---

2.2 Оценочные материалы для текущего контроля

Текущий контроль успеваемости является обязательной частью внутренней системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы. Текущий контроль успеваемости проводится в рамках изучения дисциплины в течение семестра. Виды оценочных материалов, формы контроля, темы и график определяется педагогическим работником.

2.3 Типовые вопросы для промежуточной аттестации

Вопросы для промежуточной аттестации (зачёта) по оценке сформированности компетенции УК-1(32 (ИД-1_{УК-1}))

- 1 Современное состояние продовольственных рынков России
- 2 Современные тенденции маркетинга продовольствия
- 3 Конкурентоспособность продукции: понятие и методы оценки
- 4 Конкурентоспособность организации
- 5 Понятие конкуренции, ее виды и методы
- 6 Сущность и виды анализа конъюнктуры рынка
- 7 Основные элементы рыночного механизма
- 8 Этапы диагностики конкурентной среды
- 9 Система информации о состоянии и перспективах развития рынка.
- 10 Товар и его коммерческие характеристики.
- 11 Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Виды кривых ЖЦТ.
- 12 Позиционирование и конкурентоспособность товара.
- 13 Сущность и направления товарной политики.
- 14 Понятие о товарном ассортименте и портфеле товаров.
- 15 Управление товарным ассортиментом.
- 16 Спрос и предложение товара.
- 17 Эластичность спроса и предложения товара.
- 18 Конъюнктура рынка, механизм формирования рыночной цены.

Вопросы для промежуточной аттестации (зачёта) по оценке сформированности компетенции ОПК-1 (32 (ИД-1_{ОПК-1}))

- 1 Схема проведения рыночных исследований.
- 2 Организация рыночных исследований.
- 3 Маркетинговые среды и их особенности в аграрной сфере.
- 4 Сущность понятий потребитель и покупатель.
- 5 Модель покупательского поведения на потребительском рынке.
- 6 Типы покупательского поведения и способы питания.
- 7 Тенденции в маркетинге продовольствия.
- 8 Модель покупательского поведения на промышленном рынке и рынке промежуточных продавцов.
- 9 Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.

- 10 Технология сегментирования рынка. Признаки сегментирования рынков потребительского товара.
- 11 Стратегии маркетинга по охвату рынка.
- 12 Оценка приоритетного сегмента.
- 13 Ниша рынка и рыночное окно.
- 14 Ценовая политика коммерческой организации.
- 15 Стратегии ценообразования.
- 16 Система продвижения продуктов питания.
- 17 Средства стимулирования сбыта.
- 18 Товарная пропаганда.