

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ
ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Л.Н.Костина

«20» «08» .2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Диагностирование региональных рынков»

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Менеджмент организаций»

Рабочая программа учебной дисциплины «Диагностирование региональных рынков» для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Менеджмент организаций»), очной/заочной форм обучения.

Авторы

разработчики:

доцент, к.гос.упр, доцент Н.П.Докторова

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

Программа рассмотрена на заседании ПМК кафедры

«Менеджмент непроизводственной сферы»

Протокол заседания ПМК от

08.06.2017

№

10

дата

Председатель ПМК


(подпись)

Я.В. Ободец

(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на заседании кафедры

«Менеджмент непроизводственной сферы»

Протокол заседания кафедры от

09.06.2017

№

15

дата

Заведующий кафедрой


(подпись)

В.В. Дорофиенко

(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Целью изучения дисциплины «Диагностирование региональных рынков» является приобретение системы базовых знаний о процессах формирования и развития региональных рынков, а также связанные с ними экономические отношения между субъектами рыночной экономики.

К задачам дисциплины можно отнести следующее:

изучение предмета позволит будущим специалистам принимать верные решения, основываясь на точном знании последствий таких решений и прогнозировании их результатов;

изучение предмета полезно и студентам, специализирующимся и в других областях.

анализировать инструменты в сфере маркетинга, когда изучаются методы стимулирования сбыта, эффективная реакция на деятельность конкурентов.

теоретические основы существования фирм, их оптимальную внутреннюю структуру, уметь ее реструктуризировать под действием изменяющихся обстоятельств.

Код компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОПК-2	Способность организовывать процесс управления организацией	<p>Знать: закономерности функционирования современной экономики на макроуровне; основные особенности экономики, её институциональную структуру, направления экономической политики государства; нормативные и правовые документы, регламентирующие социально-экономические процессы.</p> <p>Уметь: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макроуровне; представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчёта, статьи.</p> <p>Владеть: способностью к обобщению, анализу, методологией экономического исследования; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных, владеть приёмами оптимального использования нормативной и правовой документации</p>
ОПК-4	Способность самостоятельно принимать решение и нести ответственность за их реализацию.	<p>Знать: -разновидности региональных рынков и их содержание; особенности и основные стадии диагностирования региональных рынков</p> <p>Уметь: определять очередность работ, рассчитывать срок их выполнения, -составлять планы мероприятий реализации решений -подбирать исполнителей соответственно их квалификации и деловым качествам, организовывать их деятельность по выполнению решений, производить инструктаж для исполнителей</p> <p>Владеть: навыками диагностирования региональных рынков</p>

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Диагностирование региональных рынков» отнесена к вариативной части.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

При изучении дисциплины «Диагностирование региональных рынков» требуются знания и умения, полученные при изучении таких дисциплин: «Микроэкономика»; «Региональная экономика», «Макроэкономика».

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Диагностирование региональных рынков», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Микроэкономика»; «Региональная экономика», «Макроэкономика».

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр №3	Семестр № 3
Общая трудоемкость	3	108	108	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				40	12
В том числе:					
Лекции				20	6
Семинарские занятия				20	6
Самостоятельная работа (всего)				68	96
Промежуточная аттестация					
В том числе:					
Дифференцированный зачет				д/зачет	д/зачет

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

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Общая теория денег и кредита										
Тема 1.1. Диагностирование региональных рынков» и её место в системе экономических дисциплин.	2		2	8	12	2			11	13
Тема 1.2. Диагностика экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков	2		2	8	12			2	11	13
Тема 1.3. Исследование и формирование конкурентной среды региональных рынков.	2		2	8	12				11	11
Тема 1.4. Параметры структуры региональных рынков.	2		2	8	12				11	11
Итого по разделу:	8		8	32	48	2		2	44	48
Раздел 2. Ключевые особенности инфраструктуры региональных рынков.										
Тема 2.1. Инфраструктура региональных рынков.	2		2	8	12				11	11
Тема 2.2. Система и особенности различных типов региональных рынков.	2		2	8	12				11	11
Тема 2.3. Региональный потребительский рынок	2		2	8	12	2		2	9	13
Тема 2.4. Региональный рынок непродовольственных товаров.	2		2	8	12				12	12

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 2.5. Ценовая тактика отраслевых рынков	4		4	4	12	2		2	9	13
Итого по разделу:	12		12	36	60	4		4	52	60
Всего за семестр:	20		20	68	108	6		4	96	108

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Таблица пункта 4.2.

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Раздел 1. Теоретические основы дисциплины «Диагностирования региональных рынков» и её место в системе экономических дисциплин				
Тема 1.1. Диагностирование региональных рынков» и её место в системе экономических дисциплин	Основные понятия дисциплины, её цель и задачи, теория сравнительных издержек производства, теория факторов размещения производства, теория рыночных потенциалов и пространственных взаимодействий, теория центральных мест, теория геомаркетинга, теория пространственного распределения товарных потоков, институциональная теория рынка, субъекты, обслуживания процесса производства.	Семинарское занятие 1:	2	
		1. Основные понятия дисциплины «Региональные рынки»; её цель и задачи.		
		2. Теории и концепции региональных рынков		
Тема 1.2. Диагностика	Принципы экономической диагностики, факторы, влияющие на конъюнктуру, степень сбалансированности предложения и спроса, информационное обеспечение анализа.	3. Место региональных рынков в воспроизводственном процессе		
		Семинарское занятие 2:	2	2
		1. Принципы экономической диагностики и их методологические основы.		
		2. Факторы, влияющие на конъюнктуру		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков		региональных рынков. 3. Информационное обеспечение анализа конъюнктуру региональных рынков.		
Тема 1.3. Исследование и формирование конкурентной среды региональных рынков.	Понятие конкуренция и их функции, формы. Условия развития конкуренции. Факторы влияющие на формирование конкурентоспособности, типы региональных рынков, специфика монополизма.	Семинарское занятие 3:	2	
		1. Понятие «конкуренция» и «конкурентная среда» региональных рынков.		
		2. Условия развития конкурентной среды.		
		3. Критерии оценки региональных рынков и конкурентной среды.		
		4. Институциональная структура региональных рынков и факторы её определяющие.		
		5. Типы региональных рынков по степени монополизации.		
Тема 1.4. Параметры структуры региональных рынков.	Основные показатели рыночной концентрации, продуктовые границы, существующие барьеры входа и выхода фирм на региональных рынках, формы субъектов на региональных рынках.	Семинарское занятие 4:	2	
		1. Методы оценки параметров структуры региональных рынков		
		2. Количественные показатели процессов концентрации на региональных рынках.		
		3. Продуктовые и географические границы региональных рынков.		
		4. Признаки единого регионального рынка.		
		5. Барьеры входа и выхода фирм на региональных рынках.		
		6. Региональная программа		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
		демонополизации и развития конкуренции.		
		7. Формы хозяйствующих субъектов на региональных ранках.		
Раздел 2. Ключевые особенности инфраструктуры региональных рынков.				
Тема 2.1. Инфраструктура региональных рынков.	Понятие инфраструктуры, научные подходы к изучению инфраструктуры, классификации рыночной инфраструктуры, торгово-посреднические организации, информационная структура региональных рынков.	Семинарское занятие 5:	2	
		1. Экономическая сущность рыночной инфраструктуры.		
		2. Роль рыночной инфраструктуре в экономике региона.		
		3. Торгово-посреднические организации		
		4. Организации информационного сопровождения региональных рынков		
Тема 2.2. Система и особенности различных типов региональных рынков.	Классификация региональных рынков, суть региональных рынков средств, методы прямого и косвенного регулирования региональных рынков, понятие рынка недвижимости.	Семинарское занятие 6:	2	
		1. Система региональных рынков и её состав.		
		2. Региональный рынок средств производства.		
		3. Региональный финансовый рынок.		
		4. Региональный рынок недвижимости.		
Тема 2.3. Региональный потребительский рынок	Понятие потребительского рынка, факторы влияющие на развитие потребительского рынка, факторы влияющие на товарно-денежное обращение.	Семинарское занятие 7:	2	2
		1. Роль потребительского рынка в экономике регионе.		
		2. Региональный рынок продовольственных товаров.		
Тема 2.4. Региональный рынок непродовольственных товаров.	Задачи межотраслевого акционерного комплекса, преобразование экономической структуры производства, изучение рынка жилищно-коммунальных услуг	Семинарское занятие 8:	2	
		1. Региональный рынок непродовольственных товаров.		
		2. Региональный рынок потребительских услуг.		
Тема 2.5.	Естественные монополии, цена	Семинарское занятие 9:	2	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Ценовая тактика отраслевых рынков	Рамсея (социально справедливая цена) для однопродуктового и многопродуктового монополиста. Регулирование доходности естественного монополиста, эффект Аверча - Джонсона. Двухуровневые тарифы. Неравномерное ценообразование, система накопительных скидок. Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы. Хищническое ценообразование	1.Ценообразование монополиста. Семинарское занятие 10: 1. Ценовая политика.	2	

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Диагностирование региональных рынков: конспект лекций для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Менеджмент организаций», образовательного уровня «магистр» очной и заочной форм обучения / сост. Н.П.Докторова - Донецк. ГОУВПО ДонГУУ, 2017 – 134 с. (в электронном виде, режим доступа).

2. Диагностирование региональных рынков: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Менеджмент организаций», образовательного уровня «магистр» очной и заочной форм обучения / сост. Я.В.Ободец - Донецк. ГОУВПО ДонГУУ, 2017 – 77 с.

3. Диагностирование региональных рынков: методические рекомендации по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Менеджмент организаций», образовательного уровня «магистр» очной и заочной форм обучения / сост.Н.П. Докторова., Я.В.Ободец - Донецк. ГОУВПО ДонГУУ, 2017 – 38 с.

Перечень вопросов для самоподготовки

1. Основные методы регулирования регионального развития
2. Регулирование кредитно-финансовых процессов
3. Особенности формирования и реализации инвестиционной политики в регионе в условиях кризиса
4. Диагностика социально-экономического развития территории
5. Методика диагностики и комплексная оценка социально-экономического развития территорий

6. Информационное обеспечение анализа и диагностики развития региона
7. Сущность организации управления и организации региона.
8. Условия и предпосылки формирования регионального управления.
9. Определение коэффициента уровня развития отрасли в регионе

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Региональная экономика : учебник / под ред. Г.Б. Поляк. -5-е изд., перераб. и доп. -М. : Юнити-Дана, 2013. -464 с. -(Золотой фонд российских учебников). [Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118977>.
2. Морозова, Т.Г. Региональная экономика : учебник / Т.Г.Морозова ; под ред. Т.Г. Морозова. -4-е изд., перераб. и доп. -М. : Юнити-Дана, 2012. -641 с. -(Золотой фонд российских учебников). -[Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117139> (25.01.2015).

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Концентрация производства: условия, факторы, политика/ Л.А. Валитова, И.Н. Задирако, М.Е. Кузнецова, А.Ф. Сажин, В.Л. Тамбовцев, А.Е. Шаститко (руководитель), О.К. Ястребова; Бюро экономического анализа. - М.: ТЕИС, 2001.
2. Коуз Рональд. Фирма, рынок и право. - пер. с англ. - М.: “Дело ЛТД” при участии изд-ва “Catallaxy”, 1993.
3. Овчинников В.В. Глобальная конкуренция/ В.В. Овчинников - М.: Институт экономических стратегий, 2007.
4. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. Практикум: учеб. пособие. – М.: Юрайт. 2012.
5. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: Теория организации промышленности/ пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 1996.
6. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе/ К. Фляйшер, Б. Бенсуссан - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015

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

1. Соционет – <http://www.socionet.ru>
2. УИС РОССИЯ (Университетская информационная система РОССИЯ) – <http://www.cir.ru>
3. Центр стратегических разработок – <http://www.csr.ru/>
4. Бюро экономического анализа – <http://www.beafnd.org/>
5. РосБизнесКонсалтинг – <http://www.rbc.ru/>
6. Виртуальная экономическая библиотека – <http://econom.nsc.ru/jep/>
7. Министерство экономического развития РФ – <http://www.economy.gov.ru>
8. Министерство регионального развития РФ – <http://www.minregion.ru>
9. Федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>
10. Федеральная таможенная служба России – <http://www.customs.ru>
11. Международный валютный фонд – <http://www.imf.org>
12. Всемирный банк – <http://www.worldbank.org>
13. Европейская экономическая комиссия –<http://www.unece.org/Welcome.html>
14. Всемирная торговая организация – <http://www.wto.org>
15. Организация международного сотрудничества и развития –<http://www.oecd.org>

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Использование электронных презентаций при проведении лекций и семинарских занятий.

7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)

- Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель «Windows Media Player»).
- Программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft Power Point»)

7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)

Доступ к электронным библиотечным ресурсам «ДонАУиГС <http://vk.com/lib406>

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации

Основными формами обучения студентов являются: аудиторные занятия, включающие лекции, семинарские занятия; самостоятельную работу, а также научно-исследовательская работа.

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), дискуссий, письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания, ситуационные задачи), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме д/зачета позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом и может осуществляться как в письменной и так и в устной форме.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
1	2	3	4	5
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное

				выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	В	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	С	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	Д	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	Е	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

8.3. Критерии оценки работы студента

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Диагностирование региональных рынков» проводится в простой письменной форме, когда студенты отвечают на вопросы, структура которых составляют два теоретических вопроса.

Промежуточная аттестация осуществляется по 5-балльной системе («2», «3», «4», «5»).

Оценка выставляется в зависимости от полноты и обоснованности ответов:

1. На «отлично» (от 90 до 100 %) оценивается ответ, в котором показано знание структуры курса специализации, темы, излагаемого вопроса, знание дополнительной литературы, прочное усвоение материала, а также способность к его творческой самостоятельной оценке.

2. Оценка «хорошо» (от 75 до 89 %) предполагает знание структуры курса специализации, темы, излагаемого вопроса, дополнительной литературы, способность сделать самостоятельные выводы, умение выделить главное, некоторых вопросов.

3. На «удовлетворительно» (от 60 до 74 %) оценивается усвоение основной части учебного материала, когда студент недостаточно глубоко изучил некоторые разделы курса специализации, допускает нечеткие формулировки, преобладает репродуктивное освоение (лишь воспроизведение прочитанного).

4. «Неудовлетворительно» (59 и менее) ставится в том случае, когда слушатель не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки, когда знания носят отрывочный и бессистемный характер, нет понимания важных узловых вопросов курса специализации, а на большинство дополнительных вопросов даны ошибочные ответы.

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

Расчетные задачи, при решении которых используются теоретические знания, полученные на лекции и практические навыки – на семинарском занятии. Включаются в контрольные работы и экзаменационные билеты.

Задача 1. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10 до 12% при емкости рынка 175 млн штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. руб.

Пример решения задачи подобного типа. В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1 400 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Решение. Возможная дополнительная доля рынка в результате маркетинговых усилий составит $(18 - 14) = 4\%$, что в единицах продукта эквивалентно $4\% \times 52 \text{ млн. шт.} = 2,16 \text{ млн. шт.}$

Дополнительная валовая прибыль составит $1400 \times 2,16 \text{ млн. шт.} = 3024 \text{ млн. руб.}$

Дополнительная прибыль фирмы за вычетом расходов на маркетинг составит $3024 \text{ млн. руб.} - 65 \text{ млн. руб.} = 2\,959 \text{ млн. руб.}$

Задача 2. Обоснуйте выбор целевого сегмента на рынке средств по уходу за контактными линзами, если имеются следующие данные:

— уровень рентабельности продукции по: сегменту А— 12%; сегменту Б — 25%; сегменту В — 9%.

Объем предложения на рынке составляет 80% от объема спроса, или 600 тыс. шт. в год, при этом в структуре спроса на сегмент А приходится 30% общего объема, на сегмент Б — 25% и сегмент В — 45%, в структуре предложения соответственно 55%, 25 и 20%. Оценка изменений в состоянии спроса представлена в табл. 1.

Таблица 1.

Прогнозируемые тенденции изменения спроса на рынке средств по уходу за контактными линзами

Параметры	Оценка
Прирост численности сегмента А	+2
Прирост численности сегмента Б	- 2
Прирост численности сегмента В	+5
Степень обновления продукции в отрасли	0
Благоприятные факторы для сегмента А	- 4
Благоприятные факторы для сегмента Б	+2
Благоприятные факторы для сегмента В	+3
Неблагоприятные факторы для сегмента А	+5
Неблагоприятные факторы для сегмента Б	- 5
Неблагоприятные факторы для сегмента В	0

Задача 3. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы — на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 4%, объем продаж 75 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 11%, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы — 0,12. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1 млн. шт.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

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

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

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы — 0,18. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Решение. Объем продаж в настоящем году в первом сегменте составит: $(8 \text{ млн. шт.} / 24 \text{ млн. шт.} \times 100\% + 5\%) \times (24 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 2\%) / 100\%) = 9,38 \text{ млн. шт.}$

Объем продаж в настоящем году во втором сегменте составит: $5 \text{ млн. шт.} \times (100\% + 14\%) / 100\% = 5,7 \text{ млн. шт.}$

Объем продаж в настоящем году в третьем сегменте составит: $45 \text{ млн. шт.} \times 0,18 = 8,1 \text{ млн. шт.}$

Общий объем продаж фирмы в настоящем году составит:

$9,38 \text{ млн. шт.} + 5,7 \text{ млн. шт.} + 8,1 \text{ млн. шт.} = 23,18 \text{ млн. шт.}$

Задача 4. Рассчитать, используя данные в табл. 2, структуру квотированной Выборки, если известно, что ее объем составит 1500 респондентов.

Таблица 2.

Возраст жителей Санкт-Петербурга разного образовательного уровня

Образование	16—24 года	25—34 года	35—44 года	45—54 года	55—64 года	65 и более
Высшее	16%	17%	19%	22%	15%	12%
Среднее специальное/ техническое	12%	18%	25%	21%	11%	12%
Среднее общее	27%	12%	14%	16%	12%	18%
Начальное, неполное среднее	35%	—	—	—	12%	43%

Задача 5. Проведите ABC-анализ производственной программы предприятия по показателям сбыта, представленным в табл. 3. Дайте рекомендации по формированию ассортимента.

Таблица 3.

Исходные данные для ABC-анализа товаров

Номер изделия	Цена реализации, ден. ед	Объем реализации, ед.
1	13	1200
2	83	445
3	24	680
4	1860	6
5	17	550
6	212	30
7	701	18
8	58	205
9	165	81
10	9	3440

Задача 6. Проведите анализ совместных покупок на основании данных, представленных в табл. 4. По результатам анализа дайте свои рекомендации торговой фирме по товарному ассортименту, ценовым решениям и оформлению демонстрационного зала и каталога.

Таблица 4.

Результаты наблюдения за покупками в универсаме «Северный».

№ покупки	Товар А	Товар Б	Товар В	Товар Г	Товар Д	Товар Е	Товар Ж
1	V	V		V	V	V	
2	V		V	V		V	V
3	V	V		V	V	V	V
4	V			V			
5		V	V	V			V

6				V	V	V	V
7		V	V		V	V	
8	V	V	V				V
9		V	V		V	V	
10		V				V	V
11	V			V			

Внимание: V означает, что товар был куплен.

Задача 7. Проведите ABC-анализ регионов, в которых фирма реализует свою продукцию; исходные данные представлены в табл. 5. Отберите наиболее прибыльные регионы, где фирма может расширять свое присутствие.

Таблица 5.

Исходные данные для ABC-анализа регионов

Регион	Цена реализации, ден. ед.	Объем реализации, ед.	Переменные издержки на единицу продукции, ден. ед.	Косвенные издержки, ден. ед.
1.	14	12	5	7680
2.	8	44	6	
3.	22	18	17	
4.	56	6	40	
5.	18	55	11	
6.	112	430	84	
7.	401	8	200	
8.	58	205	34	
9.	16	81	10	
10.	7	144	3	

Задача 8. Известна следующая информация о фирме:

- инвестированный капитал: 4680000 тыс, ден. ед.;
- ожидаемая рентабельность: 5%;
- переменные издержки на 1 шт.: 978 ден. ед.;
- постоянные издержки: 1 560 тыс, ден. ед.;
- прогнозы продаж: пессимистический — 78 тыс. шт., оптимистический — 156 тыс, шт.

На основе представленных исходных данных рассчитать цены:

- а) предельную;
- б) безубыточности;
- в) целевую.

Определить результаты деятельности предприятия при каждом варианте цены.

Пример решения для задания подобного типа. На основе представленных данных рассчитать цены: а) предельную, б) безубыточности, в) целевую. Определить результаты деятельности предприятия при каждом варианте цены.

Исходные данные:

Инвестированный капитал: 240 000 ден. ед.;

Ожидаемая рентабельность: 10%;

Переменные издержки на одну шт.: 1050 ден. ед.;

Постоянные издержки: 90 тыс, ден. ед.;

Прогнозы продаж: пессимистический — 90 тыс. шт., оптимистический — 150 тыс.

шт.

Решение. Цена предельная — цена, покрывающая только переменные издержки на производство продукции.

Цена безубыточности — цена, при которой предприятие покрывает полностью переменные и условно-постоянные издержки на производство единицы продукции, т. е. не получает прибыли, но и свои издержки на производство продукции покрывает полностью.

Цена целевая — цена, покрывающая как издержки на производство единицы продукции (сумму условно-постоянных и переменных издержек), так и содержащая в своем составе запланированную прибыль. Следовательно, цена предельная соответствует указанным переменным издержкам — 1050 ден. ед. при любом варианте прогноза (и пессимистическом и оптимистическом).

Результат деятельности предприятия — потери в размере суммы условно-постоянных издержек, т. е. 90000 ден. ед.

Цена безубыточности:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден. ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1050 \text{ ден. ед.} = 1051 \text{ ден. ед.}$;

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден. ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1050 \text{ ден. ед.} = 1050,6 \text{ ден. ед.}$

Результат деятельности предприятия — 0.

Цена целевая:

а) при пессимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден. ед.} / 90\ 000 \text{ шт.}) + 1050 \text{ ден. ед.} + 240\ 000 \times 10\% / 90000 \text{ шт.} = 1\ 051,27 \text{ ден. ед.}$;

б) при оптимистическом прогнозе: $(90\ 000 \text{ ден. ед.} / 150\ 000 \text{ шт.}) + 1050 \text{ ден. ед.} + 240000 \times 10\% / 150000 \text{ шт.} = 1050,76 \text{ ден. ед.}$

Результат деятельности предприятия:

а) при пессимистическом прогнозе — прибыль в размере $0,27 \text{ ден. ед.} \times 90000 \text{ шт.} = 24300 \text{ ден. ед.}$;

б) при оптимистическом прогнозе — прибыль в размере $0,16 \text{ ден. ед.} \times 150\ 000 \text{ шт.} = 24000 \text{ ден. ед.}$

Задача 9. Допустим, фирма «Согреем всех» изготавливает бытовые обогреватели и имеет следующие месячные показатели деятельности:

Объем продаж, шт.	200	
Отпускная цена, руб.		300
Выручка от продаж, руб.	60000	
Переменные затраты, руб./шт.	150	
Постоянные затраты, руб.	20000	

Менеджеры фирмы недовольны объемом продаж и рассматривают целесообразность снижения цены на 10% в целях активизации объема продаж. Существует возможность сменить поставщика и приобретать сырье в расчете на единицу продукции на 10 руб. дешевле. Предполагается, что рост объемов продаж потребует приобретения дополнительного оборудования на сумму 20000 руб.

Определить:

1) Необходимое изменение объема продаж, компенсирующее снижение цены на 10%;

2) необходимое изменение объема продаж, компенсирующее одновременное снижение цены на 10% и удешевление сырья на 10 руб. в расчете на каждый обогреватель;

3) необходимое изменение объема продаж, компенсирующее одновременное снижение цены на 10% и приобретение дополнительного оборудования на сумму 20 000 руб.;

4) необходимое изменение объема продаж, компенсирующее одновременное снижение цены на 10%, удешевление сырья на 10 руб. в расчете на каждый обогреватель и приобретение дополнительного оборудования на сумму 20 000 руб.

Задача 10. Составьте калькуляцию и определите структуру оптовой цены предприятия (с НДС) женского шерстяного костюма. Расчет стоимости сырья и материалов произвести по приведенным данным табл. 6.

Таблица 6.

Стоимость и нормы расхода используемых материалов

Наименование сырья и основных материалов	Норма, м ²	Цена м ² , руб.	Сумма, руб.
Ткань верхняя	3,60	220	
Подкладка шелковая	1,76	65	
Подкладка х/б	1,55	34	
Приклад			18
Фурнитура			12
Плечика			4,5
Корсажная тесьма			12
Возвратные отходы			14

Основная зарплата производственных рабочих — 222 руб.; дополнительная зарплата производственных рабочих — 18% от основной зарплаты. Начисления на зарплату:

- на соцстрах — 5,4%;
- в пенсионный фонд — 28%;
- в фонд обязательного медицинского страхования — 3,6%;
- в государственный фонд занятости — 1,5%.

Накладные расходы — 40% от основной зарплаты производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы — 0,4% от производственной себестоимости.

Оптовая цена предприятия с НДС — 2087 руб. НДС — 20% к оптовой цене предприятия (без НДС).

Определить: 1) прибыль в оптовой цене предприятия; 2) цену, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником; 3) розничную цену изделия.

Задача 11. Рынок некоторого товара в условной стране характеризуется следующей функцией спроса:

$$Q_d = 120 - P$$

и функцией внутреннего предложения

$$Q_s = -30 + 1,5P,$$

где P — цена за единицу изделия.

Цена данного товара на внешнем рынке составляет 35 ден. ед. При этом внутренний рынок страны настолько мал по сравнению с внешним, что никакие разумные объемы его импорта не могут оказать влияния на эту цену (она определяется спросом и предложением самого внешнего рынка).

Какую минимальную таможенную пошлину (T) на единицу ввозимого товара должно установить правительство для того, чтобы количество ввозимого товара не превышало 30 единиц? (Транспортные расходы = 0).

Задача 12. Торговое предприятие предлагает на рынке ассортимент из трех товаров: А, В и С по ценам, рассчитанным на основе затрат (см. табл. 7). Цены для продуктов А и С не были приняты рынком.

Предложите новые цены для продуктов А и С (на основе психологической цены — «ломанной»); рассчитайте новую цену для продукта В, позволяющую сохранить первоначальный объем и покрывающую потери от продуктов А и С. Результаты расчетов занести в табл. 7.

Таблица 7.

Данные в форма для расчета новой цены продукта В

№	Показатель	Продукт А	Продукт В	Продукт С
1	Запланированный сбыт, тыс. шт.	470,0	1190,0	90,0
2	Цена на основе затрат, руб./шт.	37,50	40,08	610,22
3	Планируемая выручка, тыс. руб.			
4	Новая цена, руб./шт.		—	
5	Выручка при новой цене, тыс.руб.		—	
6	Недопокрытие, тыс. руб.		—	
7	Недопокрытие по А, В и С	—		—
8	Требуемая выручка после калькуляционного выравнивания, тыс. руб.	—		—
9	Цена после калькуляционного выравнивания, руб./шт.			

Пример решения задачи подобного типа. Результатом является заполненная таблица 8. Рассчитанные параметры выделены в таблице жирным шрифтом. Ячейки, в которых проставлен знак «прочерк», должны остаться незаполненными.

Таблица 8.

Данные и форма для расчета новой цены продукта В

п/п	Показатель	Продукт А	Продукт В	Продукт С
1	Запланированный сбыт, тыс. шт.	170,0	510,0	290,0
2	Цена на основе затрат, руб./шт.	11,57	8,02	10,22
3	Планируемая выручка, тыс. шт.	1966,9	4090,2	2963,8
4	Новая цена, руб./шт.	10,88	—	9,96
5	Выручка при новой цене, тыс. шт.	1849,6	—	2888,4
6	Недопокрытие, тыс. руб.	921,5	—	75,4
7	Недопокрытие по А, В и С	—	996,9	—
8	Требуемая выручка после калькуляционного выравнивания, тыс. руб.		5087,1	
9	Цена после калькуляционного выравнивания, руб./шт.	10,88	9,97	9,96

Необходимо самостоятельно назначить новые цены на продукты А и С исходя из представления о психологической цене — «ломанной», т. е. представляющей собой не круглое целое число, а дробное. Например, для продукта А это может быть цена 10,88 руб./шт., а для продукта С, например, цена 9,96 руб./шт. (см. строку 4 в табл.8).

Строка 3 (планируемая выручка) заполняется соответствующими произведениями строки 1 на строку 2 (запланированного сбыта на цену за шт.).

Строка 5 (выручка при новой цене) заполняется для продуктов А и С соответственно перемножением строки 1 на строку 4 (запланированного объема сбыта на «психологическую» цену).

Строка 6 (недопокрытие) заполняется для товаров А и С соответственно разницей строки 3 и строки 5 (разница между планируемой выручкой при старой цене и при новой цене).

Строка 7 (недопокрытие по всем трем продуктам) заполняется в графе продукта В как сумма недопокрытия по продуктам А и С (из строки 6).

Строка 8 (требуемая выручка после калькуляционного выравнивания) заполняется в графе продукта В, как сумма показателей по продукту В из строки 3 и строки 7 (сумма планируемой выручки и недопокрытия по всем трем продуктам).

Строка 9 заполняется следующим образом: по продуктам А и С переносятся назначенные новые цены из строки 4, а для продукта В новая цена рассчитывается делением числа из строки 8 (требуемая выручка после калькуляционного выравнивания) на число из строки 1 (запланированный сбыт).

Задача 13. Обувь поступает в розничную торговлю через оптовика.

Себестоимость одной пары женских модельных туфель составляет 1100 руб. Прибыль предприятия - изготовителя — 20% от себестоимости.

Оптовая надбавка составляет 10% к оптовой цене производителя без НДС. Торговая надбавка составляет 20% к цене закупки без НДС.

Определить:

1. Розничную цену одной пары модельной обуви.
2. Удельный вес каждого элемента в розничной цене товара (себестоимости прибыли, НДС, торговой надбавки).

Задача 14. Используя представленные данные (см. табл. 9), доказать один из недостатков метода расчета цены на основе затрат (и расчета на этой основе прибыльности единицы изделия) — «произвольность» отнесения на себестоимость товара условно-постоянных расходов.

В таблице представлены данные по четырем изделиям предприятия. Следует распределить условно-постоянные затраты:

- А) пропорционально количеству изделий (видов изделий);
- Б) пропорционально объему выручки от продаж каждого изделия;
- В) пропорционально заработной плате рабочих.

Сделать выводы.

Таблица 9.

Исходные данные

	1	2	3	4	Итого
1. Цена, руб.	40	42	44	46	
2. Прогноз объема продаж, ед.	2000	600	1100	500	
3. Выручка от реализации, тыс. руб.	80000	25200	48400	23400	
4. Переменные затраты на единицу продукции, руб., всего					
В том числе					
- на материал	11	16	8	16	
- на заработную плату	14	6	16	15	
- общезаводские расходы	2	4	6	2	
5. Общие условно-постоянные затраты, руб., всего					20000
6. Распределение условно-					

постоянных затрат на единицу продукции, руб. А) пропорционально количеству изделий Б) пропорционально выручке В) пропорционально заработной плате					
7. Разница между максимальной и минимальной величиной условно-постоянных затрат на единицу изделия при сравнении вариантов А, Б и В					
8. Прибыльность единицы изделия при расчете затрат по вариантам: •А •Б •В					
9. Разница между максимальной и минимальной величиной прибыли в цене / единицы изделия при сравнении вариантов А, Б и В					

Задача 15. Торговая фирма закупает товар по цене 195 ден. ед. за единицу и продает в 1700 ед. этого товара еженедельно по цене 235 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рынка рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Пример решения задач подобного типа. Торговая фирма закупает товар по цене 170 ден. ед. за единицу и продает в количестве 200 шт. этого товара еженедельно по цене 250 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 10%.

Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

Решение

Валовая прибыль при прежних условиях реализации составляет:

$$(250 - 170) \times 200 \text{ шт.} = 16\,000 \text{ ден. ед.}$$

Новая цена, предлагаемая маркетинговым отделом:

$$250 \times (1 - 0,1) = 225 \text{ ден. ед.}$$

Необходимое к реализации количество единиц товара:

$$16000 / (225 - 170) = 291 \text{ шт.}$$

Задача 16. Торговая фирма закупает товар по цене 205 ден. ед. за единицу и продает в количестве 700 ед. этого товара еженедельно по цене 255 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует повысить цену на 8%. Эластичность спроса равна 0,9.

Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне. Какую прибыль после изменения цены может получить фирма с учетом состояния спроса?

Задача 17. Фирма «Золотой замок» продает товары офисного типа, которые отличаются от товаров - конкурентов лучшим дизайном. Средняя цена на рынке для товаров такого рода составляет 45 ден. ед., а спрос рынка — 800 тыс. изделий. Доля «Золотого замка» на рынке равна 14%, финансовые показатели фирмы таковы:

Переменные издержки на одно изделие	14 ден. ед.
Постоянные издержки	120 тыс. ден. ед.
Ожидаемый уровень рентабельности продукции	7%.

Служба анализа рынка располагает данными о главном конкуренте — фирме «Конкорд». Потребительские оценки важности четырех основных свойств данного типа товара равны соответственно: 0,15/0,25/0,30/ 0,30; потребительские оценки воплощения по данным свойствам (по десятибалльной системе) составляют:

- для марки «Золотой замок» 8 / 7 / 9 / 6;
- для марки «Конкорд» 6 / 8 / 7 / 5.

Рассчитать:

- а) целевую цену для товара фирмы «Золотой замок»;
- б) цену, пропорциональную воспринимаемой ценности, для товаров обеих фирм.

Задача 18. Фирма «Кротон» продает товары типа украшений для дома, которые отличаются от товаров - конкурентов лучшим дизайном, Средняя цена на рынке для товаров такого рода составляет 72 ден. ед., а спрос рынка — 1 млн. изделий. Доля «Кротона» на рынке равна 17%, финансовые показатели фирмы таковы:

Переменные издержки на одно изделие	20 ден. ед.
Постоянные издержки	2 млн. ден. ед.
Ожидаемый уровень рентабельности	12%
Инвестированный капитал	12 млн. ден. ед.

Служба анализа рынка располагает данными о главном конкуренте — фирме «Азалия». Оценки важности трех основных свойств данного типа товара равны соответственно: 0,30/0,35/0,35; оценки по свойствам в пятибалльной системе составляют:

- для марки * Кротон» 5/4/3;
- для марки Азалия» 5/3/2.

Рассчитать для товара фирмы «Кротон» целевую цену и цену, пропорциональную, воспринимаемой ценности.

Задача 19. Выбрать приемлемый вариант конкурсной цены на основе представленных в табл. 10, данных о возможностях предприятия и вероятностной оценке ситуации,

Таблица 10.

Вероятностная оценка ситуации для расчета конкурсной цены

№ п/п	Предлагаемая цена, ден. ед.	Затраты, ден. ед.	Вероятность выиграть торг
1	70	68,3	0,45
2	71,5		0,3
3	73		0,15
4	74,5		0,05
5	76		0,05

Пример решения задач подобного типа. Исходные данные представлены в таблице 11.

Таблица 11.

Вероятностная оценка ситуации для расчета конкурсной цены

№ п/п	Предлагаемая цена, ден. ед.	Затраты, ден. ед.	Вероятность выиграть торг
1	19,6	18	0,4
2	21,7		0,3
3	22		0,15
4	23,5		0,1
5	25		0,05

Решение. Приемлемый вариант конкурсной цены — максимальная цена oferента, которая ниже цены самого «дешевого» конкурента. Определяется ожидаемая (вероятностная) прибыль перемножением размера валовой прибыли по каждому варианту на соответствующую экспертную оценку вероятности получения заказа (из всех произведений выбирается максимальное значение вероятностной прибыли).

Следовательно,

$$(19,6 - 18,0) \times 0,40 = 0,64;$$

$$(21,7 - 18,0) \times 0,30 = 1,11;$$

$$(22,0 - 18,0) \times 0,15 = 0,6;$$

$$(23,5 - 18,0) \times 0,10 = 0,55;$$

$$(25,0 - 18,0) \times 0,05 = 0,35.$$

Вывод: вариант цены 21,7 ден. ед. наиболее приемлем для участия в торгах, так как по расчетам вероятностная прибыль при этой цене максимальна.

Задача 20. Выбрать приемлемый вариант конкурсной цены на основе представленных в табл. 12 данных о возможностях предприятия и вероятностной экспертной оценке ситуации.

Таблица 12.

Вероятностная оценка ситуации для расчета конкурсной цены

№ п/п	Предлагаемая цена, тыс. ден. ед.	Затраты, тыс. ден. ед.	Вероятность выиграть торг
1	44,2	33,9	0,3
2	47,4	33	0,25
3	49,3	32,9	0,2
4	51,8	32,4	0,15

Задача 21. Известна следующая информация о фирме:

Производственные мощности предприятия в месяц — 200 тыс. п/м ткани.

Переменные затраты — 136 руб. на единицу продукции.

Условно-постоянные затраты — 4,85 млн. руб.

Объем целевой прибыли — 3,1 млн. руб.

Предварительное исследование рынка показывает, что продукция будет пользоваться спросом при цене не выше 220 руб. за п/м.

Выполнить: 1. График безубыточности для различных уровней цены — 100, 200 и 300 руб. за единицу продукции;

2. Расчет нескольких вариантов цены, при которых предприятие может получить искомый объем целевой прибыли; среди них обязательно должны быть рассмотрены варианты:

- а) полной загрузки производственных мощностей;
- б) 50% загрузки производственных мощностей;
- в) загрузки производственных мощностей с 25% резервом;
- г) как минимум два ваших варианта.

3. Расчет объемов безубыточности при назначенных ценах.

Задача 22. Определите предельную, техническую и целевую цены продукции А, если известно:

- затраты сырья и материалов на производство выпускаемого изделия — 45 руб.;
- заработная плата, выплачиваемая за изготовление одного изделия, 150 руб.;
- отчисления с заработной платы — 32%;
- стоимость электроэнергии, необходимой для производства 1 шт. 20 руб.;
- смазочные масла и средства для очистки оборудования — 1519 руб.;

- заработная плата подсобных рабочих по обслуживанию оборудования — 50800 руб. в месяц;
- заработная плата руководителей и административных работников — 147000 руб. в месяц;
- стоимость аренды 179 000 руб. в месяц;
- транспортные расходы и прочие — 65000 руб. в месяц;
- производительность 16000 изделий в месяц.

Используйте для расчета схему на рис. 1.

Затраты на изготовление продукции	
1. Прямые	2. Косвенные
Сырье и материалы (прямые) Зарботная плата основных производственных рабочих Начисления на заработную плату основных производственных рабочих Прямые цеховые расходы	Вспомогательные материалы Зарботная плата вспомогательных рабочих Зарботная плата административно- управленческого аппарата Арендная плата, страховые платежи, транспортные расходы
3. Переменные	4. Переменные 5. Постоянные

Рис. 1. Классификация затрат, значимых для расчета цены в рамках метода «от затрат»

Задача 23. После реализации стратегии торговое объединение X снизило цену на изделие с 45 до 42 ден. ед. Объем продаж возрос с 64200 до 66100 штук.

1. Определите эластичность спроса.
2. На основании анализа эластичности спроса решите, каким образом объединению действовать в дальнейшем:
 - а) уменьшить цену еще на 5% для увеличения рыночной доли;
 - б) сохранить эту цену;
 - в) вернуть старую цену;
 - г) увеличить цену до 50 ден. ед.

Критерии оценки результатов решения задачи:

Оценка	Критерии оценки
5	Решение задачи верное и выбран рациональный путь решения
4	Ход решения задачи и ответ верный, но было допущено несколько негрубых ошибок
3	Ход решения задачи верный, но была допущена одна или две ошибки, приведшие к неправильному ответу
2	При решении задачи получен неверный ответ, связанный с грубой ошибкой, отражающей непонимание студентом сути задания или если решение задачи отсутствует полностью

Тестовые задания (примерный вариант).

В каждом из предложенных тестов нужно найти один правильный ответ.

1. Определенные хозяйствующие субъекты, инфраструктурные элементы представляют:
 - А. Институциональную структуру системы региональных рынков;
 - Б. Организационную структуру системы региональных рынков;
 - В. Легитимную структуру системы региональных рынков;
 - Г. Организационно-правовую структуру системы региональных рынков.

2. Определенные каналы товародвижения и совокупность экономических связей, представляют:
 - А. Институциональную структуру системы региональных рынков;
 - Б. Организационную структуру системы региональных рынков;
 - В. Легитимную структуру системы региональных рынков;
 - Г. Организационно-правовую структуру системы региональных рынков.

3. Связи между различными типами рынков внутри системы могут быть:
 - А. правильного ответа нет;
 - Б. многосторонними;
 - В. трехсторонними;
 - Г. двусторонними.

4. Недостаточный уровень развития региональных рынков и рыночной инфраструктуры в ряде районов Российской Федерации неизбежно приводит к:
 - А. слабому развитию производства;
 - Б. интенсивному развитию производства;
 - В. экстенсивному развитию производства;
 - Г. устойчивому развитию производства.

5. Недостаточный уровень развития региональных рынков и рыночной инфраструктуры в ряде районов Российской Федерации неизбежно приводит к:
 - А. нарушению нормального воспроизводственного процесса;
 - Б. формированию воспроизводственного процесса;
 - В. стабилизации нормального воспроизводственного процесса;
 - Г. уничтожению воспроизводственного процесса.

6. Недостаточный уровень развития региональных рынков и рыночной инфраструктуры в ряде районов Российской Федерации неизбежно приводит к:
 - А. снижению деловой активности;
 - Б. нормализации деловой активности;
 - В. повышению деловой активности;
 - Г. уничтожению деловой активности.

7. Предмет дисциплины «региональный рынок»:
 - А. процессы формирования и развития региональных рынков;
 - Б. институциональные субъекты рыночных отношений;
 - В. типологические агенты, фирмы, предприятия, организации, органы власти;
 - Г. правовая основа, платформа, определяющая статус и ответственность хозяйствующих субъектов.

8. Подсистема социально-экономического комплекса страны, относительно самостоятельная его часть с законченным циклом воспроизводства и специфическими особенностями социально-экономических процессов – это:
 - А. регион;

- Б. система региональных рынков;
- В. рынок;
- Г. территориальная единица.

9. Система экономических отношений между продавцами и покупателями товаров, с помощью таких отношений осуществляется обращение общественного продукта – это:

- А. рынок;
- Б. система региональных рынков;
- В. регион;
- Г. территориальная единица.

10. Саморегулируемая система вступающих в определенные экономические отношения субъектов, обеспечивающая создание необходимых условий расширенного воспроизводства – это:

- А. рынок;
- Б. система региональных рынков;
- В. регион;
- Г. территориальная единица.

11. Это взаимосвязанная совокупность рынков различного типа, их главная цель - обеспечить эффективное развитие региональной экономики:

- А. система региональных рынков
- Б. рынок;
- В. регион;
- Г. территориальная единица.

12. Система региональных рынков включает:

- А. полного ответа нет;
- Б. рынок средств производства и рынок информации;
- В. финансовый рынок и рынок недвижимости;
- Г. потребительский рынок и рынок труда.

13. Комплекс условий и предпосылок, обеспечивающих обращение товаров и услуг:

- А. экономическое пространство;
- Б. рыночные отношения;
- В. рыночный механизм;
- Г. институциональная структура рынка.

14. Совокупность экономических регуляторов взаимодействия субъектов рынка:

- А. рыночный механизм;
- Б. рыночные отношения;
- В. экономическое пространство;
- Г. институциональная структура рынка.

15. Экономические отношения между субъектами рынка по поводу товарного обмена:

- А. рыночные отношения;
- Б. рыночный механизм;
- В. экономическое пространство;
- Г. институциональная структура рынка.

16. Совокупность хозяйствующих субъектов рынка и их экономических связей:

- А. институциональная структура рынка;

- Б. рыночный механизм;
- В. рыночные отношения;
- Г. экономическое пространство.

17. Формирование производственно-экономических и финансовых связей региональных рынков и возможных взаимодействий с потенциальными партнерами обуславливает:

- А. внешнее экономическое пространство;
- Б. целостность системы региональных рынков;
- В. внутреннее экономическое пространство;
- Г. межгосударственное экономическое взаимодействие.

18. Расположенные на территории региона элементы экономического потенциала, составляющие материально-техническую основу регионального воспроизводственного процесса обуславливают:

- А. внутреннее экономическое пространство;
- Б. внешнее экономическое пространство;
- В. целостность системы региональных рынков;
- Г. межгосударственное экономическое взаимодействие.

19. Закон, согласно которому страны должны производить и экспортировать те товары, которые обходятся им относительно дешево, и импортировать товары, производство которых за границей требует меньших издержек, чем внутри страны - теория:

- А. теория сравнительных издержек производства;
- Б. теории размещения производства ;
- В. теория размещения промышленности ;
- Г. теория обращения товаров и тарифных ставок .

20. ... вблизи города должны производиться такие продукты, которые имеют значительный по отношению к своей стоимости вес и объем ... и скоропортящиеся продукты, которые потребляются только в свежем виде – теория:

- А. теории размещения производства;
- Б. теория размещения промышленности;
- В. теория сравнительных издержек производства;
- Г. теория обращения товаров и тарифных ставок.

21. В основе модели А.Вебера лежит изолированное государство, в котором природные ресурсы, необходимые для производства, образуют концентрические зоны, располагающиеся вокруг рыночных центров. Обобщен анализ факторов размещения производства, включающих транспортные издержки, издержки на рабочую силу и фактор агломерации – теория:

- А. теория размещения промышленности;
- Б. теории размещения производства;
- В. теория сравнительных издержек производства;
- Г. теория обращения товаров и тарифных ставок.

22. Целесообразность размещения производства вокруг рынка - потребительского центра – теория:

- А. теория обращения товаров и тарифных ставок;
- Б. теории размещения производства;
- В. теория размещения промышленности;
- Г. теория сравнительных издержек производства.

23. Рынки товаров различных категорий, по этой теории, образуют сети шестиугольников, покрывающих идеальную равнину – теория:

- А. А.Леша;
- Б. О.Энглендера;
- В. А.Вебера;
- Г. И.Г.фон Тюнена.

24. Необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом – тип рынка:

- А. национальные;
- Б. региональные;
- В. субрегиональные;
- Г. местные.

25. Товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах «метрополитенского ареала»– тип рынка:

- А. региональные;
- Б. национальные;
- В. субрегиональные;
- Г. местные.

26. Товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого суб- региона, входящего в состав «метрополитенского ареала» – тип рынка:

- А. субрегиональные;
- Б. региональные;
- В. национальные;
- Г. местные.

27. Товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона, а также в пределах любого другого субрегиона тип рынка:

- А. местные;
- Б. региональные;
- В. субрегиональные;
- Г. национальные.

Критерии оценки: все тестовые задания равноценны и в результате правильных ответов на каждый из них можно получить по одному баллу. Итоговая оценка зависит от количества правильных ответов в процентном соотношении:

- "5" (отлично) - 90-100% правильных ответов;
- "4" (хорошо) - 80-89% правильных ответов;
- "3" (удовлетворительно) - 70-79% правильных ответов;
- "2" (неудовлетворительно) - 69% и менее правильных ответов.

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Промежуточный контроль осуществляется в форме дифференцированного зачета (д/зачет). Каждая форма промежуточного контроля включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков. Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине «Диагностирование региональных рынков» применяется 5-балльная система оценки студента.

Семестровый дифференцированный зачет проводится по результатам текущего контроля в обязательном присутствии студентов.

Максимальное число баллов за семестр – 100. Максимальное число баллов по результатам текущей работы в семестре – 80. Максимальное число баллов на зачете – 20.

В случае набора студентом по результатам текущей работы в семестре от 60 до 80 баллов, зачет выставляется автоматически. Однако если студент желает повысить свой балл, то он сдает зачет.

Минимальное число баллов за текущую работу в семестре – 40. Студент набравший в семестре менее 40 баллов может заработать необходимые баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины или выполнив обязательные задания, для того чтобы быть допущенным до зачета.

Студент, набравший за текущую работу менее 40 баллов, как не выполнивший всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до д/зачета, однако ему дополнительно задаются вопросы по разделам, выносимым на д/зачет, а также предлагается дополнительно к выполнению две ситуационные задачи, что позволит определить сформированность компетенций и получить дополнительные баллы.

Для получения оценки «зачтено» суммарное количество баллов студента по результатам работы в семестре и на зачете, должна быть не менее 60 баллов.

Структура балльной оценки:

качество подготовки к семинарскому занятию (правильность изложения при ответе на устные вопросы, наличие выполненных практических аудиторных и домашних заданий, задач и т.д.), корректность и вежливость при ответе на вопрос, а также в ходе дискуссии между студентами при обсуждении темы семинарского занятия, общая активность в течение семестра, нестандартность ответа на семинарском занятии – от 0 до 5 баллов за одно семинарское занятие, но не более 45 баллов за семестр.

выступление с докладом – от 0 до 5 баллов за доклад.

зачет – 20 баллов (оценивается в баллах от 0 до 20).

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Основные концепции определения рынка.
2. Понятие и экономическая сущность регионального рынка.
3. Классификация системы рынков.
4. Место и роль регионального рынка в системе рынков.
5. Механизм функционирования рынка.
6. Основные элементы регионального рынка.
7. Субъекты регионального рынка.
8. Институциональная структура рынка
9. Внешнее и внутренне экономическое пространство рынка.
10. Основные теории и концепции региональных рынков.
11. Теории размещения производства и сферы обращения.
12. Теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия.
13. Теория центральных мест.
14. Концепция геомаркетинга.
15. Концепция пространственного распределения товарных потоков.
16. Институциональная концепция рынка.
17. Место региональных рынков в воспроизводственном процессе.
18. Конъюнктура региональных рынков.
19. Основные факторы, влияющие на конъюнктуру региональных рынков.
20. Информационное обеспечение и система показателей для оценки рыночной конъюнктуры.
21. Характеристика конкурентной среды региональных рынков.
22. Необходимые условия развития конкурентной среды.

23. Критерии оценки конкурентной среды региональных рынков.
24. Классификация рыночной инфраструктуры.
25. Роль рыночной инфраструктуры в экономике региона.
26. Показатели развития рыночной инфраструктуры.
27. Организационные формы рыночной инфраструктуры.
28. Система региональных рынков: понятие, состав.
29. Взаимодействие различных типов рынков и их роль в экономике региона.
30. Региональный потребительский рынок: экономическая сущность, структура, взаимосвязи.

9. Методические рекомендации (указания) для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины. Рекомендуются такая последовательность:

ознакомиться с содержанием рабочей программы учебной дисциплины; изучить и конспектировать соответствующие разделы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

При самостоятельном изучении дисциплины необходимо особое внимание обращать на такой основной аспект, коммуникации всегда сопровождают руководителя во время его профессиональной деятельности. Как формы контроля знаний студентов, по темам курса дисциплины изучаемых есть ответы на вопросы, которые предлагаются на семинарских занятиях.

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям, обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы учебной дисциплины. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении семинарского студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления

образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории. Мультимедийный проектор и компьютер. Раздаточный материал к отдельным темам лекций и семинарским занятиям, презентации. Тестовые задания, контрольные.

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

Оформление сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере университета.

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;
- разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.

Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ НА 2017/2018 УЧЕБНЫЙ ГОД

«Диагностирование региональных рынков»

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

(магистерская программа «Менеджмент организаций»)

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)	
ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)	
УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)	
Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата	