

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 20.04.2025 14:42
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Менеджмента

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

24.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.02

"Инфраструктура товарного рынка"

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Логистика и управление цепями поставок"

Квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2025

Донецк
2025

Составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

Н.В. Агаркова

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

Р.П. Лизогуб

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Инфраструктура товарного рынка" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Логистика и управление цепями поставок", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 24.04.2025 протокол № 12.

Срок действия программы: 2025-2029

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 31.03.2025 № 10

Заведующий кафедрой:

канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2028 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2029 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Попова Т.А.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
формирование у обучающихся теоретических знаний и практических умений и навыков по основам организации и функционирования элементов инфраструктуры товарного рынка.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
- изучение основных элементов рыночной инфраструктуры и особенностей их функционирования; - характеристика факторов, влияющих на развитие инфраструктуры товарного рынка и основных тенденций развития; - изучение особенностей функционирования коммерческой организации в инфраструктуре рынка; - выявление роли, функций и видов бирж в рыночной экономике, исследование основ организации и оценки их деятельности; - изучение посреднических структур в торговле, обеспечивающих эффективное доведение товаров до потребителя.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.02
<i>1.3.1. Дисциплина "Инфраструктура товарного рынка" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Микроэкономика	
Макроэкономика	
Маркетинг	
Теория организации	
<i>1.3.2. Дисциплина "Инфраструктура товарного рынка" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Управление человеческими ресурсами	
Управление ресурсами и затратами	
Транспортная логистика	
Логистика сетевой торговли	
Логистический сервис	
Логистика распределения	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПКс-1.4: Обладает навыками разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка</i>	
Знать:	
Уровень 1	элементы инфраструктуры товарного рынка, их характерные черты
Уровень 2	характерные черты организации торгово-посреднической деятельности предприятий
Уровень 3	Навыки разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка
Уметь:	
Уровень 1	применять особенности и преимущества субъектов инфраструктуры товарного рынка
Уровень 2	Выбирать необходимые методы управления логистическими потоками и цепями поставок и использовать их
Уровень 3	Разрабатывать эффективные схемы организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка
Владеть:	
Уровень 1	навыками ведения коммерческих операций в учреждениях и организациях, входящих в инфраструктуру рынка
Уровень 2	Навыками управления логистическими потоками и цепями поставок в сфере перемещения товарно-материальных ценностей
Уровень 3	Навыками разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка
<i>В результате освоения дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" обучающийся</i>	
3.1	Знать:
	Основные элементы рыночной инфраструктуры и особенностей их функционирования

3.2	Уметь:
	Использовать теоретические знания и практические навыки по основам организации и функционирования элементов инфраструктуры товарного рынка
3.3	Владеть:
	Знаниями особенностей элементов инфраструктуры товарного рынка для решения профессиональных задач
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Инфраструктура товарного рынка" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка						
Тема 1.1.Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1.Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1.Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики. /Ср/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка. /Ср/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка /Ср/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Характеристика торговых организаций						
Тема 2.1.Понятие, роль и виды торговых организаций. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1.Понятие, роль и виды торговых организаций. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1.Понятие, роль и виды торговых организаций. /Ср/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма. /Ср/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке. /Ср/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. Организации по оказанию услуг						
Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке /Ср/	4	3	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг. /Ср/	4	3	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг. /Лек/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг. /Сем зан/	4	4	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг. /Ср/	4	3	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Консультация по дисциплине /Конс/	4	2	ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд- презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Брыкин, А. В.	Информационно-логистическая инфраструктура рынков товаров и услуг. (288 с.)	М.: Экономическая газета, 2021
Л1.2	Е.В. Торгунакова	Логистика коммерческой деятельности: учебное пособие (167 с.)	Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2020
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Агаркова Н.В.	Инфраструктура товарного рынка: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 2 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: «Маркетинг», «Логистика и управление цепями поставок») очной, заочной форм обучения (44 с.)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025
ЛЗ.2		Инфраструктура товарного рынка: методические	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Агаркова Н.В.	рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 2 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: «Маркетинг», «Логистика и управление цепями поставок») очной, заочной форм обучения (30 с .)	
ЛЗ.3	Агаркова Н.В.	Инфраструктура товарного рынка: конспект лекций для студентов 2 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: «Маркетинг», «Логистика и управление цепями поставок») очной, заочной форм обучения (70 с.)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал Маркетолог [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.infowave.ru/lib/periodicals/28_marketolog/	http://www.infowave.ru/lib/periodicals/28_marketolog/
Э2	Журнал «Маркетинг про» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.marketingpro.ru/journal.html	http://www.marketingpro.ru/journal.html
Э3	Журнал «Маркетинг» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.elobook.com/marketing/	http://www.elobook.com/marketing/

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

В ходе освоения дисциплины обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Информационные технологии: электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь - Яндекс-Телемост, виртуальная обучающая среда -Moodle

Программное обеспечение: MicrosoftExcel, MicrosoftPowerPoint, MicrosoftWord

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>

Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU -<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Win-dows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows

на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Сущность канала распределения и функциональные роли его участников.
2. Выбор каналов распределения в маркетинге.
3. Основные тенденции развития систем распределения товаров (вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы).
4. Типы конкуренции и конфликты внутри каналов распределения.
5. Основные формы распределения товаров на рынке.
6. Коммуникационные стратегии в канале распределения.
7. Стратегии дифференциации дистрибьютора на рынке.
8. Стратегии позиционирования торговой точки на рынке.
9. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия.
10. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.

5.2. Темы письменных работ

1. Стратегии дифференциации дистрибьютора на рынке.
2. Стратегии позиционирования торговой точки на рынке.
3. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия.
4. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.
5. Стратегическое партнерство покупателя и продавца на промышленном рынке.
6. Особенности процесса личной продажи товаров промышленного назначения. Ведение деловых переговоров
7. Технология SPIN-продаж на промышленном рынке.
8. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
9. Оценка деятельности и мотивация торгового персонала компании.
10. Роль и значение сервиса в системе сбыта промышленных товаров

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".
Фонд оценочных средств дисциплины "Инфраструктура товарного рынка" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в

аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочесть конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

Факультет менеджмента
Кафедра маркетинга и логистики

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю)
«Инфраструктура товарного рынка»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Логистика и управление цепями поставок»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	Очная форма обучения

Донецк
2025

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Инфраструктура товарного рынка» для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02. Менеджмент профиль «Логистика и управление цепями поставок» очной формы обучения.

Автор(ы),

разработчик(и):

доцент, канд. экон. наук, доцент, Н.В. Агаркова

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании
кафедры

маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от

31.03.2025 г.

10

дата

Заведующий кафедрой:

канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Инфраструктура товарного рынка»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика учебной дисциплины
(сведения соответствуют разделу РПУД)

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профили	«Логистика и управление цепями поставок»
Количество разделов учебной дисциплины	3
Дисциплина базовой/ вариативной части образовательной программы	Б1.В.ДВ.02.02
Формы контроля	Текущий контроль (устный опрос, тестирование, доклад, реферат, контрольная работа)
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	108
Аудиторная работа:	56
Лекционные занятия	18
Консультация	2
Семинарские занятия	36
Самостоятельная работа	25
Контроль	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Экзамен

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПКс-1: Способен организовывать логистическую деятельность в цепях поставок	ПКс-1.4: Обладает навыками разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка	Знать:	
		элементы инфраструктуры товарного рынка, их характерные черты	ПКс-1.4 3 1
		характерные черты организации торгово-посреднической деятельности предприятий	ПКс-1.4 3 2
		Навыки разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая	ПКс-1.4 3 3

		требования товарного рынка	
		Уметь:	
		применять особенности и преимущества субъектов инфраструктуры товарного рынка	ПКс-1.4 У 1
		Выбирать необходимые методы управления логистическими потоками и цепями поставок и использовать их	ПКс-1.4 У 2
		Разрабатывать эффективные схемы организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка	ПКс-1.4 У 3
		Владеть:	
		навыками ведения коммерческих операций в учреждениях и организациях, входящих в инфраструктуру рынка	ПКс-1.4 В 1
		Навыками управления логистическими потоками и цепями поставок в сфере перемещения товарно-материальных ценностей	ПКс-1.4 В 2
		навыками разработки эффективных схем организации товародвижения в цепи поставок, учитывая требования товарного рынка	ПКс-1.4 В 3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
Раздел 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка				
1	Тема 1.1. Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, доклад
2	Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка.	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, реферат
3	Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, контроль знаний

				по разделу 1
Раздел 2. Характеристика торговых организаций				
4	Тема 2.1. Понятие, роль и виды торговых организаций	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, доклад
5	Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, реферат
6	Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке.	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, доклад контроль знаний по разделу 2
Раздел 3. Организации по оказанию услуг				
7	Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, реферат
8	Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг.	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, доклад
9	Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг.	4	ПКс-1.4	устный опрос, тестовые задания, реферат контроль знаний по разделу 3

РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) «Инфраструктура товарного рынка»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля, результаты текущего оценивания обучающегося используются, как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
		СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	РЗ*				
Р.1.Т.1.1	1	3	3	1	8	10	5	5
Р.1.Т.1.2	1	3	3	-	7			
Р.1.Т.1.3	1	3	3	-	7			
Р.2.Т.2.1	1	3	3	1	8			
Р.2.Т.2.2	1	3	3	-	7	10		
Р.2.Т.2.3	1	3	3	-	7			
Р.3.Т.3.1	1	3	3	1	8			
Р.3.Т.3.2	1	3	3	-	7	10		
Итого: 100б	8	24	24	4	60	30	5	5

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

Д – доклады, сообщения;

РЗ – разноуровневые задания;

* другие с виды используемых заданий, предложенных в приложении 1

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского занятия преподавателем проводится индивидуальный

или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
РАЗДЕЛ 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка	
Тема 1.1. Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики	1. Понятие рынка в современном пространстве экономических отношений. 2. Характеристика рынка. 3. Классификация рынков: мировой, национальный, региональный. 4. Формы воздействия государства в рыночных отношениях. 5. Государственное регулирование рынка.
Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка.	1. Каково происхождение понятия «инфраструктура»? 2. Что означают понятия «инфраструктура», «рыночная инфра-структура», «инфраструктура товарного рынка»? 3. Каковы особенности состава инфраструктурного комплекса экономики и его составляющих элементов? 4. Из каких элементов состоит инфраструктура товарного рынка? 5. Какие функции выполняет инфраструктура товарного рынка? 6. Какова взаимосвязь инфраструктуры товарного рынка и коммерческой деятельности? 7. По каким направлениям развивается инфраструктура товарного рынка ДНР?
Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры	1. Роль и задачи развития коммерческой деятельности в инфраструктуре товарного рынка. 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. 3. Что называют товародвижением и каковы факторы,

товарного рынка	влияющиена него? 4. Что представляют собой каналы товародвижения? (Приведитепримеры каналов товародвижения и их характеристику.) 5. В чем заключаются особенности гибких систем товародвижения? 6. В чем состоит сущность торгово-посреднической деятельности? 7. Кого называют посредником? 8. Какова целесообразность использования оптовых посредников при поставке определенных товаров? (Покажите на конкретных при- мерах.) 9. Как классифицируются посредники? 10. Что представляют собой независимые посредники? 11. Каковы условия деятельности различных видов посредников? 12. В чем заключаются особенности функционирования дилеров,консигнаторов, агентов?
РАЗДЕЛ 2. Характеристика торговых организаций	
Тема 2.1.Понятие, роль и виды торговых организаций.	1. Какова роль оптовых рынков в инфраструктуре товарногорынка? 2. В чем состоят особенности специализации оптовых рынков? 3. Каковы возможные варианты создания оптового рынка? 4. Кто является продавцами и покупателями на оптовом рынке? 5. Каково определение понятия «торговый дом»? 6. В чем заключаются преимущества функционирования торговых домов? 7. Как классифицируются торговые дома? 8. Каковы особенности деятельности оптовых и мелкооптовыхмагазинов? 9. Что представляет собой магазин-склад
Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма.	1. Эволюция форм оптовой торговли и роль биржевой торговли всовременной мировой экономике. 2. Понятие и классификация бирж. 3. Организационная структура товарной биржи. Порядок учреждения, организации и прекращения деятельности товарной биржи. 4. Государственное регулирование биржевой торговли в РФ 5. Биржевые сделки: классификация и характеристика. 6. Технология биржевой торговли. 7. Биржевые посредники, их роль и функции.
Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке	1. Какова история появления ярмарки, выставки? 2. Какие цели ставятся перед ярмарочно-выставочной деятельностью? 3. Каково определение понятий «ярмарка», «выставка»? 4. Какие отличительные особенности характерны для ярмарки ивыставки? 5. Как классифицируются ярмарки и выставки? 6. Кто является организаторами ярмарок и выставок в РФ? 7. Каковы права и обязанности организаторов ярмарки?

	8. В чем состоят преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках? 9. Как осуществляется планирование выставочной деятельности? 10. Какую роль играет стенд при проведении выставки? 11. На какие виды подразделяются выставочные стенды? 12. Как оценивается эффективность ярмарочно-выставочной деятельности?
РАЗДЕЛ 3. Организации по оказанию услуг	
Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке	1. Развитие лизинга в России и его правовая основа. 2. Содержание лизинга как эффективной формы аренды и сбыта готовой продукции. 3. Какова специфика взаимодействия основных участников лизингового договора? 4. Классификационные признаки лизинговой деятельности. Приведите конкретные примеры использования лизинга. 5. Основные этапы лизинговой бизнес - операции на конкретном примере лизингового взаимодействия на российском рынке лизинговых услуг. 6. Основные формы лизинга с выделением существенных различий финансового и оперативного лизинга. 7. Лизинговый договор и его характеристика.
Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг	1. Страхование в условиях рыночной экономики. 2. Материальная основа страхования. 3. Организация страхового фонда. 4. Государственный надзор за страховой деятельностью. 5. Виды и системы страхования. 6. Особенности организации имущественного страхования. 7. Особенности страхования транспортных средств. 8. Страхование грузов. 9. Особенности правового регулирования договоров страхования финансовых рисков. 10. Современное состояние страхового рынка.
Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг.	1. Что входит в понятие «транспорт» и какова его продукция? 2. Какова роль транспорта в экономике страны? 3. Как определяется понятие «технология работы» вида транспорта? 4. Чем обусловлена потребность в транспортной экспедиции? 5. Что подразумевают под транспортно-экспедиционным обслуживанием? 6. Что называется транспортно-экспедиционной операцией? 7. Сформулируйте определение экспедитора и агента. 8. На какие основные группы можно подразделить субъектов ТЭО? 9. Что такое внешние и внутренние транспортно-экспедиционные услуги? 10. Какие методы используют для контроля качества услуг, предоставляемых транспортно-экспедиционными организациями?

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют незначительная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка

Тема 1.1. Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики.

Задание 1.

Изучить информацию о спросе на товар на потребительском рынке Республики Беларусь и факторах, его определяющих.

Покупательский спрос – это потребность, обеспеченная деньгами и предлагаемая на рынке. Из статистических сборников можно получить информацию о реализованном спросе (розничный товарооборот, объем продажи на душу населения и др.), факторах, оказывающих влияние на спрос (денежные доходы населения, численность, половозрастной, социальный состав населения и др.).

Результаты изучения и обобщения данной информации могут быть представлены в таблицах, на графиках, диаграммах.

Задание 2.

Изучить пропорциональность рынка товара.

Пропорциональность рынка – оптимальное соотношение между различными элементами и процессами рынка.

Показатели пропорциональности рынка относятся к числу особо важных характеристик товарного рынка, особенно соотношение спроса и предложения и его динамические сдвиги. Однако в конъюнктурном анализе редко удастся непосредственно сопоставить объемы спроса и предложения. Поэтому при оценке пропорциональности рынка отдельного товара на основе статистических данных можно опираться на косвенные оценки соотношения спроса и предложения с помощью конъюнктурных индикаторов, к которым относятся данные о товарных запасах и ценах, их изменениях в динамике.

Если соотношение между спросом и предложением сбалансировано, то индикаторы стабильны, диспропорции между спросом и предложением отмечаются изменениями индикаторов. В условиях рыночной конкуренции цена достаточно чутко реагирует на изменение пропорций спроса и предложения. Товарные запасы растут, когда рыночное предложение опережает спрос и, наоборот, сокращаются, если спрос опережает предложение.

Результаты оценки пропорциональности рынка могут быть представлены на графике или по форме таблицы

Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка.

Задание 1.

На региональном рынке товаров бытовой химии функционирует 38 субъектов розничной торговли. В ходе панельного исследования была изучена деятельность 12 из них за I квартал текущего года и получены следующие результаты:

- товарные запасы в торговых объектах хозяйствующих субъектов
- розничной торговли на начало исследуемого периода составили 1 845 т, а на конец периода – 2 687 т;
- продажи за каждый месяц периода исследования, соответственно, составили 5 205 т, 5 275 и 6 819 т.

Определите емкость регионального рынка товаров бытовой химии.

Задание 2.

Местный рынок розничных продавцов сантехнических изделий насчитывает 20 розничных организаций, занимающих лидирующие позиции по продажам на указанном рынке. Проведенное панельное исследование 14 торговых организаций за полугодие отчетного года позволило получить следующие результаты:

- товарные запасы сантехнических изделий на начало периода исследования составили 12 260 шт., на конец периода запасы возросли на 12% по сравнению с запасами на начало периода;
- продажи за каждый месяц периода исследования составили: январь – 36 680 шт., февраль – 37 841, март – 38 020, апрель – 38 452, май – 39 512, июнь – 40 111 шт.

Определите емкость местного рынка сантехнических изделий.

Задание 3.

Проведенные исследования показывают, что хозяйствующий субъект розничной торговли в текущем году осуществлял торговое обслуживание 12 800 чел., а в

планируемом году число покупателей увеличится и составит 14 250 чел. Цена на товар в планируемом году увеличится на 5,6% и составит 110 135 р. В среднем данная марка товара приобретается дважды в год.

Рассчитайте величину изменения рыночного спроса на товар в планируемом году.

Задание 4.

Проведенные исследования продаж стирального порошка марки *Persil* (пачки по 450 г) в одной из розничных торговых сетей показывают, что число покупателей данного товара в текущем квартале составило 18 980 чел., а в прогнозируемом квартале увели-

Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка

Задание 1.

На региональном рынке товаров бытовой химии функционирует 38 субъектов розничной торговли. В ходе панельного исследования была изучена деятельность 12 из них за I квартал текущего года и получены следующие результаты:

- товарные запасы в торговых объектах хозяйствующих субъектов розничной торговли на начало исследуемого периода составили 1 845 т, а на конец периода – 2 687 т;
- продажи за каждый месяц периода исследования, соответственно, составили 5 205 т, 5 275 и 6 819 т.

Определите емкость регионального рынка товаров бытовой химии.

Задание 2.

Местный рынок розничных продавцов сантехнических изделий насчитывает 20 розничных организаций, занимающих лидирующие позиции по продажам на указанном рынке. Проведенное панельное исследование 14 торговых организаций за полугодие отчетного года позволило получить следующие результаты:

- товарные запасы сантехнических изделий на начало периода исследования составили 12 260 шт., на конец периода запасы возросли на 12% по сравнению с запасами на начало периода;
- продажи за каждый месяц периода исследования составили: январь – 36 680 шт., февраль – 37 841, март – 38 020, апрель – 38 452, май – 39 512, июнь – 40 111 шт.

Определите емкость местного рынка сантехнических изделий.

Задание 3.

Проведенные исследования показывают, что хозяйствующий субъект розничной торговли в текущем году осуществлял торговое обслуживание 12 800 чел., а в планируемом году число покупателей увеличится и составит 14 250 чел. Цена на товар в планируемом году увеличится на 5,6% и составит 110 135 р. В среднем данная марка товара приобретается дважды в год.

Рассчитайте величину изменения рыночного спроса на товар в планируемом году.

Задание 4.

Проведенные исследования продаж стирального порошка марки *Persil* (пачки по 450 г) в одной из розничных торговых сетей показывают, что число покупателей данного товара в текущем квартале составило 18 980 чел., а в прогнозируемом квартале увеличится на 3,6% по сравнению с текущим кварталом. В текущем квартале цена на исследуемый товар составила 8 300 р., а в следующем квартале прогнозируется

увеличение цены на 0,9%. В среднем данная марка товара приобретается трижды в квартал.

Рассчитайте величину изменения рыночного спроса на стиральный порошок *Persil* в прогнозируемом квартале.

Раздел 2. Характеристика торговых организаций

Тема 2.1. Понятие, роль и виды торговых организаций

Задание 1

Выберите три различных типа торговых организаций (например, оптовая, розничная, специализированная). Исследуйте каждую организацию, определите её основные характеристики, функции и примеры.

Цели: Понять основные типы торговых организаций и их уникальные аспекты.

Формат представления: Письменный отчет или презентация (на 5-10 слайдов).

Задание 2

Выберите одну торговую организацию и выполните SWOT-анализ (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы).

Цели: Научить студентов анализировать внутренние и внешние факторы, влияющие на деятельность торговых организаций.

Формат представления: Письменный отчет или презентация (на 2-3 слайда).

Задание 3

Напишите эссе (700-1000 слов) на тему "Роль торговых организаций в экономике". Включите примеры того, как эти организации влияют на потребителей и производителей.

Цели: Понять значимость торговых организаций в экономической системе.

Задание 4

Выберите известную торговую сеть (например, Walmart, Metro, O'Кей и т. д.) и проведите исследование её структуры, видов деятельности и бизнес-модели.

Цели: Понять, как конкретные торговые организации работают на практике.

Задание 5

Сравните две торговые организации (например, оптовую и розничную) по ключевым критериям, таким как целевая аудитория, ассортимент, стратегия продаж.

Цели: Научить студентов выявлять различия и схожести между типами торговых организаций. Формат представления: Таблица или график, дополненные письменным объяснением.

Задание 6

Разработайте бизнес-план для новой торговой организации, описывающей её концепцию, целевую аудиторию, виды товаров или услуг, маркетинговую стратегию и финансовые прогнозы.

Задание 7

Проведите опрос среди ваших знакомых или семьи по поводу их предпочтений в выборе торговых организаций (например, предпочтение между крупными сетями и небольшими магазинами). Проанализируйте результаты и представьте выводы. Формат представления: Письменный отчет с таблицами и графиками.

Задание 8

Исследуйте современные тенденции в торговле (например, электронная коммерция, устойчивое потребление) и определите, как они влияют на виды торговых организаций.

Цели: Понять, как изменения в обществе и технологии влияют на торговые практики. Формат представления: Письменный отчет или презентация.

Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма

Задание 1.

Найдите информацию о двух крупных товарных биржах (например, Чикагская товарная биржа и Лондонская международная биржа).

Сравните их функции, механизмы торговли и типы товаров, которые они предлагают.

Подготовьте презентацию, в которой выделите основные отличия между товарными и фондовыми биржами.

Задание 2.

Создайте модель торговли на товарной бирже с использованием условных цифр. Для этого определите товар (например, нефть, зерно), его начальную цену и объем.

Смоделируйте несколько сделок на основе изменений спроса и предложения (например, увеличение спроса в результате природного катаклизма).

Представьте результаты в виде отчета, включая графики цен и объемов торгов.

Задание 3.

Выберите один или несколько товаров, торгуемых на товарной бирже (например, золото, пшеница, сахар).

Исследуйте, какие факторы (погодные условия, экономические события, политическая обстановка) влияют на их цены на бирже.

Составьте аналитический отчет с графиками и рекомендациями для потенциальных инвесторов на основе выявленных факторов.

Задание 4

Изучите различные торговые стратегии, применяемые на товарных биржах (например, краткосрочная торговля, долгосрочные инвестиции, хеджирование).

Разработайте собственную стратегию торговли с учетом текущей рыночной ситуации на выбранной товарной бирже.

Оформи́те стратегию в виде письменного отчета, указав предполагаемые риски и возможные выгоды.

Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке

Задание 1.

Найдите информацию о предстоящих ярмарках и выставках в вашем городе или регионе. Выберите одну или две мероприятия для анализа.

Опишите, какие товары или услуги будут представлены на выбранных ярмарках/выставках, какие компании участвуют и какая ожидаемая аудитория.

Напишите отчет о том, как эти мероприятия влияют на местную экономику и как они могут помочь местным предпринимателям.

Задание 2

Исследуйте отчеты о нескольких успешных выставках или ярмарках (например, CES, Hannover Messe).

Выявите ключевые факторы успеха и подходы, которые организаторы использовали для привлечения участников и посетителей.

Подготовьте презентацию, в которой будут перечислены полученные результаты, с выделением стратегий, которые можно применить в собственных мероприятиях.

Задание 3

Выберите компанию, которая активно участвует в выставках и ярмарках. Это может быть как крупная корпорация, так и малый бизнес.

Проведите интервью с представителем компании или изучите доступные материалы о ее участии в выставках (отчеты, публикации, пресс-релизы).

Напишите отчет о том, как компания оценивает эффективность своего участия в ярмарках/выставках и какие результаты она получала в виде новых клиентов, партнерств или узнаваемости бренда.

Задание 4

Разработайте концепцию выставки или ярмарки для конкретной отрасли (например, технологии, сельское хозяйство, искусство).

Определите целевую аудиторию, формат мероприятия, предполагаемое количество участников и выставочных стендов.

Подготовьте подробный план, включая бюджет, стратегии продвижения и критерии для оценки успеха мероприятия.

Задание 5

Найдите статьи, репортажи или передачи о недавних выставках или ярмарках из различных источников (газеты, журналы, онлайн СМИ, телевидение).

Проанализируйте качество и содержание освещения мероприятия: каких участников выделяют, какие аспекты мероприятия освещаются, присутствуют ли мнения экспертов или комментарии участников.

Напишите краткий анализ того, как качественное медийное освещение может повлиять на репутацию выставки и коммерческий успех участников.

Раздел 3. Организации по оказанию услуг

Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке

Задание 1

Исследуйте различные типы лизинга (финансовый, оперативный, лизинг с правом выкупа и без права выкупа).

Составьте таблицу, в которой кратко опишите каждый тип, его преимущества и недостатки.

Подготовьте презентацию, в которой выделите, в каких ситуациях каждый тип лизинга будет наиболее эффективным для клиентов.

Задание 2

Найдите образец лизингового контракта (можно использовать онлайн-ресурсы или обсуждать с преподавателем).

Проанализируйте его, выделив ключевые пункты: сроки, условия платежей, ответственность сторон, возможность выкупа имущества и штрафы за просрочку.

Напишите отчет, в котором оцените основные условия контракта и дайте рекомендации по его улучшению.

Задание 3

Выберите три лизинговые компании, работающие на вашем рынке (или в вашей стране).

Соберите информацию об их предложениях (например, процентные ставки, условия оплаты, доступный выбор имущества для лизинга).

Подготовьте сравнительный отчет, включающий таблицу с условиями, а также выводы о том, какая компания предлагает наиболее выгодные условия для потенциальных клиентов.

Задание 4

Рассмотрите гипотетическую компанию, которая нуждается в приобретении оборудования (например, производственная линия, автопарк для доставки).

Определите, какой тип лизинга был бы наиболее подходящим для этой компании, учитывая ее финансовое состояние и планы на будущее.

Подготовьте краткий отчет и обоснуйте свой выбор, указав преимущества именно выбранного типа лизинга.

Задание 5

Проводите опрос среди владельцев малых и средних предприятий о том, как они используют лизинговые услуги и как это влияет на их бизнес.

Сравните полученные данные и выделите общие тенденции и преимущества, а также возможные риски.

Напишите аналитический отчет на основе ваших исследований, включив графики и таблицы с данными.

Задание 6

Представьте, что вы работаете в маркетинговом отделе лизинговой компании. Разработайте рекламную кампанию для продвижения одного из типов лизинга (например, оперативного лизинга).

Определите целевую аудиторию, каналы коммуникации (онлайн, офлайн), ключевые сообщения и призывы к действию.

Подготовьте презентацию или рекламный буклет, который бы четко демонстрировал преимущества ваших лизинговых услуг для клиентов.

Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг

Задание 1

Исследуйте основные виды страховых услуг (например, страхование жизни, страхование здоровья, автогражданская ответственность, имущественное страхование, страхование ответственности).

Создайте таблицу, в которой подробно опишите каждый вид страхования: целевая аудитория, ключевые параметры, преимущества и недостатки.

Подготовьте краткое резюме о том, в каких ситуациях каждый вид страхования будет наиболее актуален для клиентов.

Задание 2

Выберите три ведущие страховые компании в вашем регионе или стране.

Проведите анализ SWOT (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы) для каждой компании, включая их основные страховые продукты.

Подготовьте сравнительный отчет о проведенном анализе, выделяя ключевые конкурентные преимущества и стратегии каждой компании.

Задание 3

Разработайте анкету и проведите опрос среди потенциальных клиентов, чтобы выяснить их причинами выбора страхового продукта и компании (например, цена, покрытие, качество обслуживания, репутация).

Проанализируйте полученные данные и создайте графики, показывающие результаты опроса.

Подготовьте отчет с выводами о предпочтениях потребителей и рекомендациями для страховых компаний по улучшению своих предложений.

Задание 4

Исследуйте, какие технологии (например, использование больших данных, искусственный интеллект, блокчейн, автоматизация процессов) внедряются в страховой сектор.

Напишите краткий аналитический отчет о том, как эти технологии меняют бизнес-процессы страховых компаний и улучшают обслуживание клиентов.

Приведите примеры компаний, успешно внедривших такие технологии и описывающих достигнутые результаты.

Задание 5

Выберите один вид страхования (например, медицинское, авто или имущественное страхование) и разработайте рекламную кампанию для его продвижения.

Определите целевую аудиторию, ключевые сообщения и подходящие каналы коммуникации (онлайн, офлайн).

Подготовьте образцы рекламных материалов (дизайн плаката, текст для социальных сетей и др.) и представьте стратегию в виде презентации.

Задание 6

Изучите основные законы и регуляции, касающиеся страхования в вашей стране (например, законы о страховании, правила лицензирования, требования к резервированию и отчетности).

Подготовьте аналитический отчет о том, как эти законы влияют на функционирование страховых компаний и уровень конкурентоспособности на рынке.

Сделайте выводы о возможных изменениях в законодательстве и их потенциальном воздействии на рынок.

Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг

Задание 1

Изучите основные сегменты рынка транспортно-экспедиционных услуг (например, грузовые перевозки, международные экспедиционные услуги, логистика и складирование).

Создайте диаграмму или таблицу, показывающую структуру рынка, включая ключевых участников (экспедиторы, транспортные компании, склады и дистрибьюторы).

Подготовьте краткое резюме о том, какие факторы влияют на развитие каждого из сегментов.

Задание 2

Выберите три крупных компании, предоставляющие транспортно-экспедиционные услуги на вашем рынке.

Проведите анализ SWOT (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы) для каждой компании.

Подготовьте сравнительный отчет о проведенном анализе, выделяя ключевые конкурентные преимущества каждой компании.

Задание 3

Разработайте анкету и проведите опрос среди потенциальных клиентов (например, компаний, использующих логистические услуги).

Исследуйте, какие факторы (цена, надежность, скорость доставки, качество обслуживания) являются наиболее важными для клиентов.

Проанализируйте полученные данные и подготовьте отчет с графиками, показывающими результаты опроса, и выводами о предпочтениях потребителей.

Задание 4

Представьте, что вы работаете в компании, предоставляющей транспортно-экспедиционные услуги, и клиент обратился к вам с просьбой оптимизировать его цепочку поставок.

Разработайте логистическую стратегию для клиента, учитывая его потребности и специфику бизнеса.

Опишите, какие изменения вы рекомендуете внести в процессы транспортировки, хранения и распределения товаров.

Задание 5

Исследуйте, какие технологии (например, автоматизация, использование больших данных, IoT, блокчейн) в настоящее время используются на рынке транспортно-экспедиционных услуг.

Напишите аналитический отчет о том, как эти технологии меняют бизнес-процессы, повышают эффективность и какие новые шансы они открывают для компаний.

Приведите примеры компаний, успешно внедривших инновационные технологии в своих процессах.

Задание 6

Выберите одну или несколько стран, которые активно участвуют в международных транспортно-экспедиционных услугах.

Изучите особенности их законодательства в области логистики, налогообложения и таможенного регулирования.

Подготовьте отчет, включающий сравнительный анализ, и сделайте выводы о том, как эти факторы влияют на конкурентоспособность на международной арене.

2.3. Рекомендации по оцениванию рефератов (докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.

Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
---------------------	---

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка

Тема 1.1. Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики

1. Рынок как основа эффективного распределения ресурсов: Анализ роли рынка в оптимизации использования экономических ресурсов и его влияние на производительность и эффективность.
2. Влияние рыночной конкуренции на инновации и развитие экономики: Исследование того, как конкуренция на рынке способствует внедрению новых технологий и улучшению продуктов и услуг.
3. Рынок и роль государства в экономике: Определение границ и ролей государственного вмешательства в рыночные механизмы и его воздействие на экономическое развитие.
4. Макроэкономическая стабильность и рынок: Как рыночные механизмы способствуют поддержанию макроэкономической стабильности и предотвращению экономических кризисов.
5. Социальные аспекты рынка: Влияние рыночных процессов на уровни жизни, распределение доходов и экономическое неравенство.
6. Международные рынки и их влияние на экономическое развитие стран: Исследование взаимосвязей между глобальными рынками, международной торговлей и экономическим ростом.
7. Рынок труда как фактор экономического роста: Анализ структуры рынка труда, его динамики и влияния на общий экономический рост.
8. Агропромышленный рынок и развитие сельского хозяйства: Роль аграрных рынков в обеспечении продовольственной безопасности и развитии сельских территорий.
9. Цифровизация рынка и её воздействие на экономику: Исследование влияния цифровых технологий и интернет-коммерции на рыночные процессы и экономическое развитие.
10. Экологический рынок и устойчивое развитие: Как рыночные механизмы могут содействовать устойчивому развитию и охране окружающей среды.
11. Финансовые рынки как катализаторы экономического роста: Роль финансовых рынков в обеспечении капиталом и инвестициями реального сектора экономики.
12. Рынок услуг и его значение для экономического развития современных стран: Анализ роста сектора услуг и его влияния на общую экономическую динамику.

13. Монополизация и конкуренция на рынке: последствия для экономики: Краткий обзор негативных и позитивных аспектов монопольных структур для экономического развития.

14. Рынок недвижимости и его влияние на экономическое развитие: Исследование взаимосвязи между рынком недвижимости и общими экономическими показателями.

15. Рынок как механизм саморегулирования в экономике: Регулирующая роль рыночных сил в ресурсном распределении и балансировке спроса и предложения.

Тема 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка

1. Определение товарного рынка: ключевые элементы и их функции. Анализ основных компонентов товарного рынка и их роли в обеспечении его функционирования.

2. Торговая сеть как важный элемент инфраструктуры товарного рынка. Исследование роли торговых сетей (оптовые и розничные) в распределении товаров и формировании цен на рынке.

3. Логистика и транспортировка товаров: основные аспекты. Анализ логистических систем и транспортных решений, влияющих на эффективность товарного рынка.

4. Информационные технологии в инфраструктуре товарного рынка. Роль информационных платформ и систем в организации и управлении товарами на рынке.

5. Финансовая инфраструктура товарного рынка: механизмы и функции. Изучение финансовых инструментов и учреждений, необходимых для поддержки товарного обращения.

6. Правовая инфраструктура товарного рынка: законы и нормы. Анализ правовых основ, регулирующих функционирование товарного рынка и защиту прав потребителей.

7. Складская инфраструктура: важность для товарного рынка. Роль складских и распределительных центров в оптимизации товарных запасов и обеспечении логистики.

8. Электронная коммерция и её влияние на инфраструктуру товарного рынка. Как развитие электронной торговли преобразует традиционные элементы товарного рынка.

9. Сложности и вызовы в инфраструктуре товарного рынка. Анализ реальных проблем, с которыми сталкиваются участники товарного рынка (например, логистические задержки, недостаток информации и др.).

10. Рынок оптовой и розничной торговли: анализ компонентов инфраструктуры. Сравнение функций и значимости инфраструктуры в оптовом и розничном товарных сегментах.

11. Роль отраслевых ассоциаций в развитии товарной инфраструктуры. Как профессиональные союзы и ассоциации влияют на стандарты и практики в товарном рынке.

12. Агрокомитеты как часть инфраструктуры товарного рынка. Исследование роли агрокомитетов в обеспечении продовольственной безопасности и организации рыночной инфраструктуры.

13. Инфраструктурные инвестиции и их влияние на развитие товарного рынка. Анализ зависимости между инфраструктурными проектами и ростом товарного сектора экономики.

14. Влияние международной торговли на инфраструктуру национальных товарных рынков. Как интеграция в глобальные рынки влияет на местную инфраструктуру товарного рынка.

15. Экологические факторы в инфраструктуре товарного рынка. Анализ влияния устойчивости и экологичности на элементы товарного рынка и его инфраструктуру.

Тема 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка

1. Определение и функции маркетинговых посредников на товарном рынке. Рассмотрение роли и задач посредников в процессе распределения товаров.

2. Типы маркетинговых посредников: функции и значение для товарного рынка.

Анализ различных категорий посредников, таких как оптовики, розничные торговцы и агенты.

3. Роль дистрибьюторов в улучшении доступности товаров на рынке. Как дистрибьюторы влияют на эффективность товарного обращения и доступность продукции для конечных потребителей.

4. Эволюция ролей маркетинговых посредников с развитием электронной торговли.

Как цифровизация меняет функции традиционных посредников и создаёт новые модели дистрибуции.

5. Сравнительный анализ роли посредников в различных отраслях товарного рынка.

Как различаются функции маркетинговых посредников в автомобильной, продуктовой и технологической отраслях.

6. Влияние маркетинговых посредников на ценообразование товаров. Исследование, как вмешательство посредников влияет на окончательную цену продуктов для потребителей.

7. Стратегии взаимодействия с посредниками: как строить эффективные отношения.

Рассмотрение методов и стратегий работы производителей с маркетинговыми посредниками.

8. Маркетинговые каналы и их роль в эффективном распределении товаров. Исследование структуры каналов распределения и места посредников в этой структуре.

9. Проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются маркетинговые посредники на современном рынке.

Анализ актуальных проблем, таких как конкуренция с прямыми продажами и влияние технологий.

10. Роль посредников в логистике и управлении цепочками поставок. Как посредники способствуют оптимизации логистических процессов и управлению запасами.

11. Этические аспекты работы маркетинговых посредников. Исследование вопросов честности, прозрачности и социальной ответственности посредников.

12. Маркетинговые посредники в условиях глобализации: адаптация к новым реалиям.

Как глобальные тенденции влияют на роль и функции маркетинговых посредников на локальных рынках.

13. Инновации и технологии в деятельности маркетинговых посредников. Как новые технологии, такие как искусственный интеллект и блокчейн, меняют роли и функции посредников.

14. Рынок третьейсторонней логистики (3PL) и его влияние на товарный рынок. Анализ роли 3PL-посредников и их значение для оптимизации поставок и сокращения затрат.

15. Кейс-исследование: успешные примеры взаимодействия производителей и посредников.

Анализ реальных примеров успешного сотрудничества между производителями и маркетинговыми посредниками.

Раздел 2. Характеристика торговых организаций

Тема 2.1. Понятие, роль и виды торговых организаций

1. Определение торговых организаций: основные характеристики и функции. Исследование базовых понятий, связанных с торговыми организациями, и их роли в экономике.

2. Роль торговых организаций в экономической системе: важность для потребителей и производителей. Анализ влияния торговых организаций на рынок, потребительское поведение и производственные процессы.

3. Классификация торговых организаций: виды и особенности. Исследование различных типов торговых организаций, таких как оптовые, розничные, сети и специализированные магазины.

4. Оптовая торговля: виды и функции оптовых организаций. Рассмотрение роли оптовых торговцев в распределении товаров и их влияния на рыночную инфраструктуру.

5. Розничные торговые организации: типы и их влияние на потребительский рынок.

Исследование различных форм розничной торговли, включая магазины, супермаркеты и интернет-магазины.

6. Торговые сети и франчайзинг: преимущества и недостатки. Анализ концепции франчайзинга и роли торговых сетей в расширении бизнеса.

7. Специализированные и нишевые торговые организации: особенности и стратегии.

Исследование роли специализированных торговых организаций в удовлетворении потребностей определенных групп потребителей.

8. Торговые организации в эпоху цифровизации: изменения и новые перспективы.

Рассмотрение влияния современных технологий на функционирование и модели торговых организаций.

9. Влияние глобализации на торговые организации: вызовы и возможности. Как глобальные тенденции и международная конкуренция влияют на работу торговых организаций.

10. Кейс-исследование успешных торговых организаций: уроки из практики. Анализ успешных примеров работы различных торговых организаций и их стратегий.

11. Экологические и социальные аспекты деятельности торговых организаций. Как современные требования к устойчивости влияют на стратегии и модели бизнеса торговых организаций.

12. Торговые организации и управление цепочками поставок. Роль торговых организаций в управлении логистикой и поставками товаров.

13. Сравнительный анализ традиционных и онлайн-торговых организаций. Преимущества и недостатки различных моделей торговли в условиях современного рынка.

14. Торговые организации и законодательное регулирование: влияние норм и стандартов.

Как законы и нормативы формируют деятельность торговых организаций и обеспечивают защиту прав потребителей.

15. Тенденции и перспективы развития торговых организаций: взгляд на будущее.

Прогнозирование будущих изменений в сфере торговли и роль организаций в этом процессе.

Тема 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма

1. Определение товарной биржи: основные характеристики и функции. Разбор понятия товарной биржи и её роли в экономической системе.

2. Товарная биржа как платформа для ценообразования: механизм и факторы. Анализ процессов формирования цен на товарных биржах и экономических факторов, влияющих на эти процессы.

3. Типы товарных бирж: различные модели и специализации. Сравнительный анализ различных типов товарных бирж, например, аграрные, металлургические и энергетические.

4. Роль товарной биржи в управлении рисками: хеджирование и спекуляция. Как товарные биржи помогают участникам рынка минимизировать риски и участвовать в спекуляции.

5. Товарная биржа и её влияние на национальную экономику. Исследование воздействия товарных бирж на экономический рост, уровень занятости и торговый баланс.

6. Товарные фьючерсы и опции: механизмы и значение для торговли. Анализ инструментов, используемых на товарных биржах, и их роль в рыночной системе.

7. Товарная биржа в условиях глобализации: вызовы и перспективы. Как глобальные тенденции и международная конкуренция влияют на работу и развитие товарных бирж.

8. Технологические инновации на товарных биржах: будущее торговли. Влияние цифровизации и новых технологий на процессы торговли на товарных биржах.

9. Этические и правовые аспекты деятельности товарных бирж. Рассмотрение норм и правил, регулирующих работу товарных бирж, а также вопросов этики.

10. Товарные биржи в развивающихся экономиках: роль и значимость. Как товарные биржи могут способствовать развитию рынков и экономики в странах с переходной экономикой.

11. Анализ экономических кризисов и их влияние на товарные биржи. Исследование, как экономические кризисы и нестабильные рынки отражаются на товарных биржах.

12. Кейс-исследование: успешные примеры товарных бирж и их влияние на экономику.

Анализ реальных случаев успешных товарных бирж и их эффектов на рынок и экономику.

13. Рынок сельскохозяйственной продукции на товарных биржах: механизмы и особенности.

Специфика торговли сельскохозяйственными товарами и их влияние на продовольственную безопасность.

14. Социальные аспекты функционирования товарных бирж. Рассмотрение того, как товарные биржи могут влиять на социальное развитие и расширение доступа к ресурсам.

15. Будущее товарных бирж: новые тренды и вызовы. Прогнозирование изменений и новых направлений в развитии товарных бирж в условиях глобальных изменений.

Тема 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке.

1. Определение ярмарок и выставок: функции и виды. Обзор основных понятий, отличия между ярмарками и выставками, их функции в экономике.

2. Историческая эволюция ярмарок и выставок: от древних времен до современности.

Анализ развития ярмарок и выставок в разные исторические эпохи и их влияние на экономические процессы.

3. Роль ярмарок в местной экономике: примеры успешных практик. Исследование влияния местных ярмарок на экономическое развитие регионов и поддержку местных производителей.

4. Выставки как инструмент маркетинга: стратегии привлечения участников. Анализ методов и стратегий, которые помогут организаторам выставок привлечь участников и посетителей.

5. Экономические выгоды участия в ярмарках и выставках для компаний. Рассмотрение экономических преимуществ участия в мероприятиях для производителей и продавцов.

6. Социальные аспекты ярмарок и выставок: влияние на общество и культуру. Анализ того, как ярмарки и выставки способствуют культурному обмену и общественным связям.

7. Тенденции и инновации в организации выставок и ярмарок. Обзор современных технологий и подходов к организации ярмарок и выставок, включая цифровизацию и онлайн-форматы.

8. Правовые аспекты организации ярмарок и выставок. Исследование норм и правил, регулирующих организацию и проведение ярмарок и выставок.

9. Анализ ярмарок различных отраслей: от сельского хозяйства до технологий. Сравнительное исследование ярмарок в разных отраслях и их значимость для участников.

10. Воздействие пандемии COVID-19 на деятельность выставок и ярмарок. Обзор изменений, произошедших в индустрии ярмарок и выставок в результате глобальной пандемии.

11. Роль выставок в продвижении новых продуктов и услуг. Анализ того, как выставки могут помочь в представлении и продвижении новинок на рынке.

12. Перспективы развития выставок и ярмарок в условиях глобализации. Исследование, как глобальные тренды влияют на формат и организацию выставок и ярмарок.

13. Зеленые ярмарки: экологические инициативы в организации мероприятий. Рассмотрение инициатив по созданию устойчивых и экологически чистых ярмарок.

14. Кейс-исследования успешных ярмарок и выставок: как достичь успеха. Анализ конкретных кейсов успешных мероприятий и ключевых факторов их успеха.

15. Психология участников выставок и ярмарок: как привлечь и удержать внимание. Исследование психологических аспектов восприятия выставок и ярмарок, включая дизайн и маркетинг.

Раздел 3. Организации по оказанию услуг

Тема 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке

1. Определение и сущность лизинга: виды и виды лизинговых услуг. Анализ основных понятий лизинга, его классификация и виды лизинговых услуг.

2. Роль лизинговых компаний в экономике: влияние на развитие бизнеса. Рассмотрение значимости лизинговых услуг для малого и среднего бизнеса и их влияние на экономический рост.

3. Лизинг как альтернатива кредитованию: преимущества и недостатки. Сравнительный анализ лизинга и традиционного банковского кредитования для финансирования активов.

4. Юридические аспекты оказания лизинговых услуг: права и обязанности сторон. Обзор обязательств, прав и обязанностей лизингодателя и лизингополучателя в рамках лизингового договора.

5. Лизинг в различных отраслях: применимость и специфика. Анализ применения лизинга в различных секторах экономики, таких как автопром, строительство, IT и др.

6. Лизинговые услуги в условиях экономической неопределенности: стратегии выживания. Как лизинговые компании адаптируются к экономическим кризисам и изменению рыночной ситуации.

7. Финансовый лизинг vs. операционный лизинг: ключевые различия. Обзор основных различий между финансовым и операционным лизингом, включая преимущества и недостатки каждого типа.

8. Влияние цифровизации на лизинговый бизнес: новые технологии и тренды. Как современные технологии меняют процессы заключения лизинговых сделок и обслуживания клиентов.

9. Лизинг и устойчивое развитие: экологические аспекты лизинговых услуг. Рассмотрение роли лизинговых компаний в продвижении устойчивого развития и экологии.

10. Кейс-исследование успешных лизинговых компаний: практические аспекты работы. Анализ успешных примеров деятельности лизинговых компаний, их подходов и выигрышных стратегий.

11. Лизинг как инструмент финансирования стартапов: возможности и вызовы. Как лизинг помогает стартапам в финансировании оборудования и активов, а также связанные сложности.

12. Анализ рисков в лизинговых операциях: методы и стратегии управления. Обзор основных рисков, связанных с лизингом, и методов их минимизации.

13. Тенденции и перспективы развития лизинговых услуг на международном рынке. Прогнозирование изменений и новых направлений в развитии лизинга в глобальной экономике.

14. Рынок лизинга в России: текущее состояние и тенденции. Исследование ситуации на российском рынке лизинга, его основных игроков и трендов.

15. Социальные аспекты лизинга: влияние на занятость и экономическое развитие.

Как лизинг влияет на создание рабочих мест и общее экономическое развитие регионов.

Тема 3.2. Характеристика рынка страховых услуг

1. Определение страховых услуг: основные понятия и виды страхования. Обзор ключевых терминов, видов и классификаций страховых услуг.

2. Роль страхового рынка в экономике страны: влияние на финансовую устойчивость. Анализ значения страхования для финансовой системы и защиты экономических интересов.

3. Типы страховых услуг: обязательные и добровольные виды страхования. Сравнительный анализ обязательного и добровольного страхования, их особенности и значимость.

4. Страхование жизни: основные продукты и тенденции на рынке. Обзор основных видов продуктов страхования жизни и их популярность среди населения.

5. Рынок автострахования: анализ трендов и факторов влияния. Исследование рынка автострахования, включая обязательное страхование ОСАГО и добровольные полисы.

6. Риски на страховом рынке: классификация и управление. Анализ различных типов рисков, с которыми сталкиваются страховые компании, и методов их управления.

7. Страхование имущества: виды, условия и рынок. Обзор различных форм страхования имущества и вопросов, связанных с их обеспечением.

8. Управление убытками в страховании: принципы и стратегии. Как страховые компании управляют убытками и минимизируют риски.

9. Технологические инновации на рынке страховых услуг: влияние цифровизации.

Как современные технологии трансформируют рынок страхования и улучшают клиентский опыт.

10. Международный рынок страховых услуг: тенденции и сравнение с российским рынком.

Сравнительный анализ международного и российского рынков страхования, включая лучших игроков и стандарты.

11. Стратегии маркетинга на рынке страховых услуг: привлечение и удержание клиентов. Обзор маркетинговых стратегий, используемых страховыми компаниями для взаимодействия с клиентами.

12. Нормативно-правовое регулирование страхового рынка: законодательные инициативы.

Исследование законодательных актов, регулирующих страховую деятельность в стране и их влияние на рынок.

13. Анализ конкурентной среды на рынке страховых услуг: основные игроки и стратегии.

Обзор основных компаний на страховом рынке и их конкурентных стратегий.

14. Кейс-исследование: успешные страховые компании и их лучшие практики. Анализ практик успешных страховых компаний и факторы их успеха.

15. Экологические риски и страхование: развитие "зеленых" страховых продуктов.

Рассмотрение новых трендов в страховании, связанных с экологическими угрозами и устойчивым развитием.

Тема 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг.

1. Определение и виды транспортно-экспедиционных услуг: ключевые понятия. Обзор основных понятий, различных видов транспортно-экспедиционных услуг и их значимость для бизнеса.

2. Рынок транспортно-экспедиционных услуг: текущее состояние и тенденции. Анализ современного состояния рынка, ключевых трендов и факторов, влияющих на его развитие.
3. Роль транспортно-экспедиционных компаний в международной торговле. Как транспортно-экспедиционные услуги способствуют развитию международной торговли и экономическим связям.
4. Логистика и транспортировка: важность интеграции в бизнес-процессах. Анализ роли логистики в транспортных и экспедиционных услугах и их место в цепочке поставок.
5. Способы и технологии транспортировки: от морского до воздуха. Обзор различных способов транспортировки грузов и технологий, применяемых в экспедиции.
6. Экологические аспекты рынка транспортно-экспедиционных услуг: устойчивые практики. Рассмотрение экологических проблем, связанных с транспортировкой, и устойчивых решений.
7. Тарифы и ценообразование на рынке транспортно-экспедиционных услуг. Анализ факторов, влияющих на формирование тарифов и ценообразования в этом сегменте.
8. Риски в транспортно-экспедиционных услугах: идентификация и управление. Исследование основных рисков, связанных с транспортировкой и экспедированием грузов, и методов их управления.
9. Информационные технологии в сфере транспортно-экспедиционных услуг: влияние на эффективность. Как цифровизация и технологии меняют процесс управления транспортировкой и повышают эффективность.
10. Кейс-исследование: успешные транспортно-экспедиционные компании и их стратегии. Обзор успешных компаний в этой области и анализ их стратегий и лучших практик.
11. Влияние пандемии COVID-19 на рынок транспортно-экспедиционных услуг. Анализ изменений в спросе и предложении, а также адаптации компаний к новым условиям.
12. Законодательное регулирование в сфере транспортно-экспедиционных услуг: важность соблюдения норм. Обзор основных норм и правил, регулирующих деятельность транспортно-экспедиционных компаний.
13. География рынка транспортно-экспедиционных услуг: особенности различных регионов. Сравнительный анализ рынка в разных географических регионах и выявление ключевых особенностей.
14. Клиентоориентированный подход в транспортно-экспедиционных услугах: как повысить качество обслуживания. Исследование важности клиентоориентированного подхода и его влияние на репутацию компаний.

15. Будущее рынка транспортно-экспедиционных услуг: предсказание трендов и изменений.

Прогнозирование будущего развития рынка, включая инновации и технологии, которые могут изменить его.

2.4. Рекомендации по оцениванию индивидуальных заданий

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

* Представлено в таблице 2.1.

Задания по разделу 1 Вариант 1

1. Исследование взаимосвязей между глобальными рынками, международной торговлей и экономическим ростом.

2. Роль информационных платформ и систем в организации и управлении товарами на рынке.
3. Маркетинговые каналы и их роль в эффективном распределении товаров.

Вариант 2

1. Исследование влияния цифровых технологий и интернет-коммерции на рыночные процессы и экономическое развитие.
2. Электронная коммерция и её влияние на инфраструктуру товарного рынка
3. Роль посредников в логистике и управлении цепочками поставок.

Согласно РПУД максимальное количество баллов за выполнение контроля знаний по 1 разделу учебной дисциплины 7 баллов.

Балл «7» выставляется студенту:

1. При наличии полного правильного письменного ответа на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «6» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «5» выставляется студенту:

1. При полном правильном ответе не на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «4» выставляется студенту:

1. При неполном правильном ответе не на все представленные задания.

Балл «3» и менее выставляется студенту при минимальном выполненном задании

Задания по разделу 2

Вариант 1

1. Оптовая торговля: виды и функции оптовых организаций. Индивидуальность бренда.
2. Товарная биржа как платформа для ценообразования: механизм и факторы.
3. Лизинг как альтернатива кредитованию: преимущества и недостатки.

Вариант 2

1. Роль торговых организаций в управлении логистикой и поставками товаров.
2. Технологические инновации на товарных биржах: будущее торговли.
3. Роль выставок в продвижении новых продуктов и услуг.

Согласно РПУД максимальное количество баллов за выполнение контроля знаний по 1 разделу учебной дисциплины 7 баллов.

Балл «7» выставляется студенту:

1. При наличии полного правильного письменного ответа на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «6» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «5» выставляется студенту:

1. При полном правильном ответе не на все представленные задания.

2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «4» выставляется студенту:

1. При неполном правильном ответе не на все представленные задания.

Балл «3» и менее выставляется студенту при минимальном выполненном зада

Задания по разделу 3

Вариант 1

1. Влияние цифровизации на лизинговый бизнес: новые технологии и тренды.
2. Типы страховых услуг: обязательные и добровольные виды страхования.
3. Роль транспортно-экспедиционных компаний в международной торговле.

Вариант 2

1. Роль лизинговых компаний в экономике: влияние на развитие бизнеса.
2. Риски на страховом рынке: классификация и управление.
3. Стратегии маркетинга на рынке страховых услуг: привлечение и удержание клиентов.

2.5. Рекомендации по оцениванию контроля знаний

(выберите один верный вариант ответ)

Задание 1. Что понимают под термином «товарный рынок»?

- A. процесс перемещения товаров в сфере обращения, связанный с доведением их от изготовителей до потребителей;
- B. сфера товарного обмена, где проявляются процессы купли-продажи и имеет место конкретная хозяйственная деятельность, связанная с реализацией товаров;
- C. комплекс отраслей и видов деятельности, имеющий единое функциональное назначение и обладающий определенными общественными признаками;
- D. составную часть общественного устройства экономической жизни, обеспечивающую хозяйственную деятельность

Задание 2. Какие различают рынки в зависимости от монополизации и государственного регулирования отдельных элементов?

- A. свободный и несвободный;
- B. открытый и закрытый;
- C. конкурентный и неконкурентный;
- D. монополистический и олигополистический.

Задание 3. К какому термину относится следующее определение: «совокупность условий, определяющих особенности функционирования»?

- A. инфраструктура рынка;
- B. институты рынка;
- C. структура рынка;
- D. содержание рынка.

Задание 4. Какие выделяют рынки по признаку спроса и предложения?

- A. рынок изготовителя;
- B. рынок продавца и покупателя;
- C. рынок посредника;
- D. рынок покупателя.

Задание 5. К какому термину относится следующее определение: «система экономических, социально-психологических и иных отношений между продавцами, покупателями и другими участниками рынка, возникающая в процессе обмена товарами для личного потребления»?

- A. оптовый рынок;
- B. розничный рынок;
- C. потребительский рынок;
- D. товарный рынок.

Задание 6. Какие функции выполняет товарный рынок?

- A. опосредующую;
- B. санирующую;
- C. контролирующую;
- D. планирующую.

Задание 7. Что является составным элементом товарного рынка?

- A. цена;
- B. спрос;
- C. товарное предложение;
- D. всё вышеперечисленное.

Задание 8. Как называется рынок, характеризующийся превышением спроса над предложением?

- A. рынок изготовителя;
- B. рынок продавца;
- C. рынок покупателя;
- D. рынок посредника

Задание 9. К какому термину относится следующее определение: «совокупность национальных рынков, включающих как внутриторговые, так и внешнеторговые операции»?

- A. международный рынок;
- B. мировой рынок;
- C. глобальный рынок;
- D. интернациональный рынок.

Задание 10. Чем вызван успех и популярность оптовых рынков?

- A. небольшим торговым оборотом;
- B. наличием в одном месте широкого выбора разнообразных продовольственных товаров массового спроса по приемлемым ценам;
- C. более низкими ценами;

D. более высоким спросом.

Задание 11. Чем отличаются оптовые продовольственные рынки от розничных рынков?

- A. предполагают развитую инфраструктуру и осуществление отпуска товаров в объеме не менее оптового минимума (один ящик, один мешок, одна упаковка и т. д.);
- B. не допускают к участию юридических лиц;
- C. не допускают к участию физических лиц;
- D. осуществляют все операции, в том числе банковские, по сбору налогов, по безналичному расчету с применением новых форм финансовых расчетов.

Задание 12. Какие услуги оказываются оптовыми рынками?

- A. предоставление тары и упаковки;
- B. поиск оптовых покупателей;
- C. выполнение по заказам транспортных и складских работ;
- D. рекламные услуги.

Задание 13. Как называется крупная оптово-розничная фирма, интегрированная в сферу производства и финансов?

- A. дом торговли;
- B. оптовый рынок;
- C. торговый дом;
- D. торгово-промышленная фирма.

Задание 14. Какой отдел в организационной структуре торговых домов занимается урегулированием спорных вопросов и выступает от имени дирекции в качестве истца или ответчика?

- A. коммерческий отдел;
- B. отдел организации торговли и услуг;
- C. договорно-правовой отдел;
- D. отдел маркетинга и сбыта.

Задание 15. Какой товар был первым биржевым товаром?

- A. томат;
- B. кофе;
- C. перец;
- D. табак.

Задание 16. Кто является трейдером?

- A. участник биржевой торговли, оказывающий клиентам биржевого брокера посреднические услуги по заключению биржевых сделок от имени клиента биржевого брокера за его счет, от имени клиента биржевого брокера за свой счет и от своего имени за счет клиента биржевого брокера;
- B. физическое лицо, уполномоченное заключать биржевые сделки и зарегистрированное на товарной бирже;
- C. лицо, которое непосредственно принимает участие в биржевых торгах,

посредством которого участник биржевой торговли (клиент биржевого брокера) приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности;

D. работник товарной биржи, уполномоченный осуществлять ведение биржевых торгов и контроль за надлежащим выполнением в ходе биржевых торгов правил биржевой торговли.

Задание 17. Какие функции выполняет товарная биржа?

A. предоставление членам и клиентам биржи комплекса организационно-посреднических и информационно-коммерческих услуг;

B. изучение конъюнктуры рынка и содействие обращению товаров и связанных с ними торговых операций;

C. налаживание контактов с зарубежными партнерами и привлечение иностранных инвестиций в развитие потребительского рынка;

D. изучение факторов, влияющих на динамику цен.

Задание 18. Признаками ярмарочной торговли являются:

A. оптовая реализация по представленным образцам;

B. периодичность торгов;

C. единовременное и массовое участие продавцов и покупателей.

D. всё вышеперечисленное.

Задание 19. Что является функциями товарной биржи?

A. выявление спроса и предложения товаров;

B. котировка цен;

C. хеджирование;

D. спекуляция.

Задание 20. Что такое товарная биржа?

A. это постоянно действующий, организационно оформленный рынок, на котором осуществляется оптовая торговля большими партиями товаров, обладающих родовыми признаками и качественной однородностью;

B. это регулярно функционирующий оптовый рынок какого-либо товара, представляющий собой сложный рыночный механизм с комплексом правил, регламентирующих поведение хозяйствующих субъектов;

C. периодически проводимое мероприятие, в рамках которого значительное число фирм с помощью образцов демонстрирует новые товары для информирования потребителей о своей фирме и ее продукции в целях содействия продажам;

D. осуществление торговли, заключение договоров в определенном месте, информация о которых заранее доведена в публичном порядке до участников (продавцов, покупателей), с демонстрацией экспонатов или без указанной демонстрации.

Задание 21. Что такое биржевая сделка?

A. определение, учет и взаимозачет обязательств, возникших в результате заключения биржевых сделок;

B. договор купли-продажи, заключенный участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе биржевых торгов;

С. договор, утвержденной в соответствии с законодательством товарной биржей, и предусматривающий куплю-продажу биржевого товара с определенными условиями его передачи и иными условиями исполнения обязательств в будущем.

Д. это сделка, в которой товар передается одним контрагентом другому на оговоренных в договоре между ними условиях и оплачивается в момент его поступления в собственность покупателя.

Задание 22. Что такое аукцион?

- А. индивидуальная продажа дорогостоящих товаров наиболее состоятельному покупателю;
- В. продажа с публичного торга товаров, которые пользуются спросом;
- С. продажа с торга товаров, которые производятся мелкими партиями;
- Д. продажа с публичного торга товаров, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями.

Задание 23. Какие бывают аукционы в зависимости от формы (порядка организации)?

- А. открытые и закрытые;
- В. добровольные и принудительные;
- С. периодически действующие и постоянные;
- Д. смешанные и специализированные.

Задание 24. Объектами лизинга не могут быть:

- А. объекты аренды государственного имущества;
- В. недвижимое имущество
- С. движимое имущество
- Д. системы телекоммуникаций

Задание 25. Обязательными условиями функционирования страхового рынка является наличие:

- А. объектов страхования, имеющих потребительскую стоимость;
- В. потребности в страховых продуктах, услугах;
- С. субъектов страховых отношений — страхователей, страховщиков и других субъектов, способных удовлетворить данные потребности;
- Д. всё вышеперечисленное.

Задание 26. Главными субъектами страхового рынка являются:

- А. покупательная способность потенциальных страхователей.
- В. специфические страховые услуги, предоставляемые страхователю при исполнении договора страхования (предлагаемые на страховом рынке)
- С. страховщики и страхователи, каждый из которых выполняет свою функцию, имеет свою специфику и механизм реализации экономических интересов.
- Д. Перечень видов страхования, которыми может пользоваться страхователь

Задание 27. Какие товары продаются на аукционах?

- А. товары, обладающие уникальными или индивидуальными особенностями;

- В. однородные массовые товары;
- С. сельскохозяйственные товары и сырье;
- Д. скоропортящиеся товары.

Задание 28. физические или юридические лица, действующие от имени и по поручению страховщика и выполняющие часть его страховой деятельности, а именно: заключают договоры страхования, получают страховые платежи, выполняют работы, связанные с осуществлением страховых выплат и страховых возмещений – это:

- А. страховые брокеры;
- В. страховые агенты;
- С. андеррайтер;
- Д. актуарий.

Задание 29. Перевозчики – это :

- А. организации, оказывающие широкий спектр услуг, связанных с доставкой груза от отправителя до получателя.
- В. организации, осуществляющие непосредственно перемещение груза, располагающие своим подвижным составом и всеми лицензиями, необходимыми для осуществления конкретных видов перевозок.
- С. организации, оказывающие услуги, связанные с использованием транспортных средств, их эксплуатацией и арендой.
- Д. организации, располагающие мощностями для хранения, складирования, консолидации и распределения грузов.

Задание 30. Товар - это:

- А. любой продукт деятельности, предназначенный для реализации;
- В. продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и пользуется спросом как удовлетворяющий потребности;
- С. результат исследований, разработок и производства;
- Д. продукт деятельности становится товаром в момент совершения по этому поводу сделки купли-продажи.

Контроль знаний дисциплины проходит в виде тестирования.

Максимальное количество баллов за контроль знаний после изучения учебной дисциплины 10 баллов. Контрольная работа проходит в виде тестирования.

Балл «10» ставится, если студент представил 100% правильных ответов;

Балл «8-9» ставится, если студент представил 80-90% правильных ответов;

Балл «6-7» ставится, если студент представил 60-70% правильных ответов;

Балл «4-5» ставится, если студент представил 40-50% правильных ответов;

Балл «2-3» ставится, если студент представил 20-30% правильных ответов

Обучающемуся, правильно ответившему на вопросы менее 20% тест не засчитывается.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Товарный рынок: понятие, функции, преимущества, признаки.
2. Структура товарного рынка, его показатели, классификация.

3. Модель товарного рынка. Отличия сервисной экономики от индустриальной.
4. Происхождение понятия «инфраструктура».
5. Классификация и признаки инфраструктуры.
6. Понятие инфраструктуры товарного рынка, характеристика элементов.
7. Развитие инфраструктуры товарного рынка в РФ.
8. Сущность, значение и функции товародвижения. Типы каналов товародвижения.
9. Особенности организации товародвижения при традиционной и гибких системах товародвижения.
10. Сущность, значение и функции оптовой торговли.
11. Зарубежный опыт развития оптовой торговли.
12. Состояние и направления развития оптовой торговли РФ.
13. Оптовая торговля потребительской кооперации: состояние и перспективы развития.
14. Торгово-посредническая деятельность на рынке товаров и услуг: организация и управление.
15. Необходимость использования оптовых посредников, их классификация.
16. Характеристика независимых оптовых посредников.
17. Характеристика и особенности хозяйственной деятельности отдельных видов оптовых посредников: дилеров, дистрибьюторов, консигнаторов, агентов.
18. Место и значение оптовых продовольственных рынков в экономике различных стран.
19. Создание и организация работы оптовых продовольственных рынков.
20. Роль и развитие оптовых и мелкооптовых магазинов в инфраструктуре оптовой торговли.
21. Организация работы магазинов-складов по мелкооптовой продаже.
22. Торговый дом: понятие, отличительные признаки, классификация.
23. Организационная структура торгового дома, функции отдельных структурных подразделений.
24. Роль ярмарок и выставок в инфраструктуре товарного рынка. Правовое регулирование ярмарочно-выставочной деятельности.
25. Понятие, задачи и классификация ярмарки.
26. Порядок организации и проведения оптовой ярмарки.
27. Понятие, задачи и классификация выставок.
28. Планирование выставочной деятельности: этапы, порядок оформления выставочного стенда. Оценка результативности ярмарочно- выставочной деятельности.
29. Понятие и эволюция биржевой торговли. История возникновения товарной биржи.
30. Роль биржевой торговли в современной мировой экономике. Отличительные особенности биржевой торговли.
31. Понятие товарной биржи. Организационная, экономическая и юридическая основы товарной биржи. Отличительные особенности биржи.
32. Классификация бирж.
33. Основные цели и задачи современной товарной биржи.
34. Организационная структура товарной биржи и роль ее отдельных

структурных подразделений.

35. Порядок учреждения, организации и прекращения деятельности товарной биржи.

36. Члены и посетители товарной биржи, их характеристика.

37. Биржевое посредничество на товарной бирже. Особенности биржевой деятельности брокеров, маклеров, трейдеров.

38. Особенности развития биржевой торговли . Правовое регулирование биржевой торговли в РФ.

39. Технология работы биржи. Типовые правила биржевой торговли.

40. Биржевые сделки, их классификация, краткая характеристика.

41. Понятие и роль аукционов в инфраструктуре товарного рынка. Классификация аукционов.

42. Порядок проведения аукционов: предварительный этап (подготовка к проведению аукциона), технология проведения аукционного торга.

43. Документальное оформление аукционной сделки.

44. Понятие «прокьюремент», его основные принципы

45. Государственные закупки: понятие, особенности, основные участники. Правовое регулирование государственных закупок.

46. Процедура конкурса: виды, условия выбора, порядок оформления документов и порядок выбора поставщика.

47. Процедура запроса ценовых предложений: условия выбора, по рядок оформления документов и порядок выбора поставщика.

48. Электронный аукцион: условия выбора, процедура, порядок оформления документов и порядок выбора поставщика.

49. Процедура закупки из одного источника: условия выбора, по-рядок оформления документов и порядок выбора поставщика.

50. Биржевые торги: процедура, порядок оформления документов и порядок выбора поставщика.

51. Порядок размещения (публикации) информации о государственных закупках.

52. Комиссия, ее роль, порядок создания, состав, порядок работы.

53. Место и функции розничной торговли в инфраструктуре товарного рынка.

54. Состояние и направления развития торговой инфраструктуры в РФ.

55. Состояние и развитие придорожного сервиса в РФ.

56. Информационные рынки: понятие, состав, структура. Перечень информационных услуг.

57. Роль и развитие консалтинговых организаций и маркетинговых центров в инфраструктуре товарного рынка.

58. Торгово-промышленная палата в инфраструктурном комплексе: роль, задачи, принципы работы.

59. Порядок учреждения, организационное построение и правовое регулирование деятельности торгово-промышленной палаты.

60. Основные направления деятельности торгово-промышленной палаты на современном этапе.

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль Логистика и управление цепями поставок
Кафедра маркетинга и логистики
Учебная дисциплина «Инфраструктура товарного рынка»
Курс 2 Семестр 4 Форма обучения очная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Сущность, значение и функции товародвижения. Типы каналов товародвижения.

2. Биржевые торги: процедура, порядок оформления документов и порядок выбора поставщика

3. **Задание.** Представьте, что вы работаете в компании, предоставляющей транспортно-экспедиционные услуги, и клиент обратился к вам с просьбой оптимизировать его цепочку поставок.

Разработайте логистическую стратегию для клиента, учитывая его потребности и специфику бизнеса.

Опишите, какие изменения вы рекомендуете внести в процессы транспортировки, хранения и распределения товаров.

Экзаменатор: _____

Н.В. Агаркова

Утверждено на заседании кафедры «__» _____ 202_ г. (протокол №__ от «__» _____ 202_ г.)

Зав.кафедрой: _____

Т.А. Попова