

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): «Экономика кооперативных организаций»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: очная форма - 4 года, заочная форма – 4 года 6 мес.

Вид учебной работы	Трудоемкость, часы (з.е.)	
	Очная форма	Заочная форма
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	34 (0,94)	8 (0,22)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	34 (0,94)	6 (0,167)
• лекции	16 (0,44)	2 (0,06)
• практические	18 (0,5)	4 (0,11)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	-	2(0,06)
2. Самостоятельная работа студентов, всего	74 (2,06)	98 (2,72)
• др. формы самостоятельной работы	74 (2,06)	98 (2,72)
3. Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	-	2 (0,06)
Итого	108 (3)	108 (3)

Игнатъев В.Г. Региональные и локальные рынки товаров и услуг: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2018. – 70 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Региональные и локальные рынки товаров и услуг» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика составлена Игнатъевым В.Г., доцентом кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Экономика» утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» ноября 2015 г. № 1327, и учебными планами по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (год начала подготовки -2018).

Рабочая программа:

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации от 19.05.2018 г., протокол № 15.

**одобрена** Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 23.05.2018, протокол № 5.

**утверждена** Ученым советом Российского университета кооперации от 30.05.2018, протокол № 7.

© АНОО ВО ЦС РФ  
«Российский университет  
кооперации» Казанский  
кооперативный институт  
(филиал), 2018  
© Игнатъев В.Г., 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля) .....	5
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы .....	5
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) .....	5
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы .....	6
5. Содержание дисциплины (модуля) .....	7
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля) .....	7
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями) .....	9
5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий .....	9
6. Лабораторный практикум .....	10
7. Практические занятия (семинары) .....	10
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ) .....	11
9. Самостоятельная работа студента .....	11
10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	12
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) .....	13
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	14
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости) .....	14
14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	14
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	15
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины (модуля) для преподавателей, образовательные технологии .....	16
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....</b>	<b>17</b>
1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины .....	18
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций .....	18
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции .....	19
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания .....	21
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации .....	25
2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации .....	25
2.2. Комплект билетов для проведения промежуточной аттестации .....	30
Комплект тестовых заданий для проведения зачета с оценкой по дисциплине .....	31
2.3. Критерии оценки для проведения зачета с оценкой по дисциплине .....	35
2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине .....	36
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....</b>	<b>37</b>
<b>КЕЙС-ЗАДАЧИ .....</b>	<b>38</b>
Комплект заданий для контрольной работы .....	41
Комплект разноуровневых задач (заданий) .....	44
Комплект тестовых заданий .....	55
Кейс-задача .....	58
Темы эссе (рефератов, докладов, сообщений) .....	63
<b>КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №1 .....</b>	<b>65</b>



## **1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины – является ознакомление с теоретическими и прикладными основами функционирования системы локальных региональных рынков товаров и услуг с учетом нового экономического механизма в условиях развития рыночных отношений.

Задачи освоения дисциплины:

- исследование экономической сущности системы локальных региональных рынков, предпосылок и закономерностей формирования и развития региональных рынков;
- оценка современного уровня развития экономического потенциала региональных рынков товаров и услуг;
- рассмотреть основные положения программы развития региональных рынков и методические рекомендации по регулированию процессов ее формирования;
- исследование вопросов развития рынков, особенностей территориального развития, необходимых в профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Экономика».

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина относится к вариативной части блока Б1.

Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Региональная экономика (ОПК-1, ПК-1).

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОПК-2 - способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

ПК-1 - способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
ОПК-2 ПК-1	Знать экономическую сущность системы локальных региональных рынков; Знать объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков; Знать признаки классификации региональных рынков; Знать формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков. Знать варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности Знать основные экономические и социально-экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	<i>Тесты Решение задач</i>
	Уметь диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков; Уметь оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков; Уметь оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков. Уметь соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической обработки Уметь проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	<i>Эссе Кейс-задачи</i>
	Владеть методами анализа конъюнктуры региональных рынков; Владеть методами оценки структуры региональных рынков; Владеть методами регулирования региональных рыночных процессов. Владеть навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных Владеть экономическими основами профессиональной деятельности	<i>Контрольная работа Разноуровневые задачи</i>

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

*очная форма обучения*

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	По семестрам 7
Контактная работа обучающихся с преподавателем:	34	34
Аудиторные занятия всего, в том числе:	34	34
Лекции	16	16
Практические занятия	18	18
Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	74	74
Другие виды самостоятельной работы:	74	74
Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой	-	-
ИТОГО:	часов	108
	зач. ед.	3
Общая трудоемкость	зач. ед.	3

## *заочная форма обучения*

Вид учебной деятельности	Часов		
	Всего	По курсам	
		4	
Контактная работа обучающихся с преподавателем:	8	8	
Аудиторные занятия всего, в том числе:	6	6	
Лекции	2	2	
Практические занятия	4	4	
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2	
Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	98	98	
Другие виды самостоятельной работы:	98	98	
Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой	2	2	
ИТОГО:	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

### 5. Содержание дисциплины (модуля)

#### 5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

##### **Тема 1. Понятие и структура товарного рынка в регионе**

Определение регионального рынка. Формирование и развитие рынков в регионе. Система региональных рынков товаров и услуг. Понятие товарного рынка региона. Виды региональных рынков. Государственная политика в области регулирования региональных рынков. Конкурентная среда на региональных товарных рынках.

##### **Тема 2. Рынки в структуре региональной экономической системы**

Рынок в системе региональной экономики. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков. Необходимость управления рыночными отношениями в регионе. Формирование локальных рынков товаров и услуг. Проблемы развития региональных рынков на современном этапе. Методы исследования региональных рынков.

##### **Тема 3. Рынок средств производства в структуре регионального рынка**

Понятие регионального рынка средств производства. Субъекты регионального рынка средств производства. Потребительский спрос на рынке средств производства конкретного региона. Предложение на региональном рынке средств производства. Функции регионального рынка средств производства. Структура регионального рынка средств производства. Характерные особенности регионального рынка средств производства. Сегментация рынка и ее основные критерии. Комплексное исследование регионального рынка средств производства. Внешняя среда рынка средств производства в регионе. Инфраструктура регионального рынка средств

производства. Проблемы государственного регулирования рынков средств производства на региональном уровне.

#### **Тема 4. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе**

Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе. Рынок потребительских товаров и услуг в системе региональных рынков. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг. Территориальная доступность объектов торговли и бытового обслуживания в регионах. Вытеснение малого торгового бизнеса торговыми сетями. Административные барьеры для перемещения товаров между субъектами федерации. Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка Республики Татарстан.

#### **Тема 5. Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров**

Понятие регионального рынка продовольственных товаров. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.

Продовольственный рынок региона как объект стратегического управления. Развитие продовольственного рынка региона в системе обеспечения продовольственной безопасности. Экономический механизм устойчивого развития регионального продовольственного рынка. Системный анализ инфраструктуры продовольственного рынка региона. Понятие регионального рынка непродовольственных товаров. Структура рынка непродовольственных товаров. Управление развитием рынка непродовольственных товаров в регионе. Сущность рынка непродовольственных товаров. Место рынка непродовольственных товаров в системе региональных рынков. Виды непродовольственных товаров. Государственная политика в области регулирования рынка непродовольственных товаров на региональном уровне.

#### **Тема 6. Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе**

Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике региона. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. Классификация инфраструктуры по следующим признакам: по обслуживанию рынков, по отраслевому признаку, по формам собственности, по уровню развития, по функциональному признаку, по иерархии управления. Построение систем показателей инфраструктуры потребительского рынка в регионе. Система



показателей региональных товарных бирж.

## 5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Региональные и локальные рынки товаров и услуг» формирует компетенции ОПК-2, ПК-1, необходимые в дальнейшем для формирования компетенции ОПК-3.

## 5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий

### *очная форма обучения*

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Понятие и структура товарного рынка в регионе	4	2	12	18
2.	Рынки в структуре региональной экономической системы	4	2	12	18
3.	Рынок средств производства в структуре регионального рынка	2	4	12	18
4.	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе	2	4	12	18
5.	Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров	2	2	12	16
6.	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	2	4	14	20
	<b>Итого</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>74</b>	<b>108</b>

### *заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Понятие и структура товарного рынка в регионе	1	-	16	17
2.	Рынки в структуре региональной экономической системы	1	-	16	17
3.	Рынок средств производства в структуре регионального рынка	-	-	16	16
4.	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе	-	-	16	16
5.	Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров	-	2	16	18
6.	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	-	2	18	20
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>98</b>	<b>104</b>

## 6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

## 7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

### *очная форма обучения*

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Понятие и структура товарного рынка в регионе	1. Особенности развития товарных рынков в регионах России. 2. Совершенствование регионального управления развитием товарных рынков в регионе (на примере Республики Татарстан) 3. Понятие и структура товарного рынка в регионе	2
2	Рынки в структуре региональной экономической системы	1. Особенности управления региональными рынками 2. Развитие региональные рынков в системе региональной экономики 3. Региональная экономическая политика и региональные рынки.	2
3	Рынок средств производства в структуре регионального рынка	1. Влияние рынка средств производства на развитие региональной экономики 2. Рынок средств производства в структуре регионального рынка 3. Особенности развития рынков средств производства в регионах России	4
4	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе	1. Значение потребительского рынка товаров и услуг в регионе 2. Проблемы региональных рынков сферы услуг 3. Региональные рынки обслуживающего характера	4
5	Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров	1. Развитие сельского хозяйства в регионах России и продовольственные рынки 2. Возможности импортозамещения продовольствия на региональном уровне. 3. Конкуренция на региональных продовольственных рынках. 4. Необходимость регулирования регионального рынка непродовольственных товаров 5. Региональный рынок непродовольственных товаров	2
6	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	1. Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике региона. 2. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. 3. Система статистических показателей	4

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
		рыночной инфраструктуры региона.	
	<b>Итого</b>		<b>18</b>

### *заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров	1. Развитие сельского хозяйства в регионах России и продовольственные рынки 2. Возможности импортозамещения продовольствия на региональном уровне. 3. Конкуренция на региональных продовольственных рынках. 4. Необходимость регулирования регионального рынка непродовольственных товаров 5. Региональный рынок непродовольственных товаров	2
2	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	1. Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике региона. 2. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. 3. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона.	2
	<b>Итого</b>		<b>4</b>

## 8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

## 9. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
1	Тема 1. Понятие и структура товарного рынка в регионе Рекомендации: Обратить внимание на подробное изучение вопроса о и функциях и организации региональных рынков товаров и услуг.	1. Работа с литературными источниками и с информационным образовательным порталом. 2. Тестирование по теме. 3. Составление конспекта лекций по теме.	Тесты
2	Тема 2. Рынки в структуре региональной экономической системы Рекомендации: Обратить внимание на условия и факторы развития региональных экономических систем	1. Конспектирование текста с составлением схем и таблиц 2. Проработка специальной литературы	Эссе
3	Тема 3. Рынок средств производства в структуре регионального рынка Рекомендации: Обратить внимание на роль и особенности рынка средств производства	1. Конспектирование лекции с проработкой учебной литературы. 2. Работа с Интернет-ресурсами. 3. Подготовка реферата.	Решение задач

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
4	Тема 4. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе Рекомендации: Обратить внимание на особенности потребительского рынка регионов	1. Конспектирование лекции с проработкой учебной литературы. 2. Работа с Интернет-ресурсами	Кейс-задача
5	Тема 5. Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров Рекомендации: Обратить внимание на особенности функционирования и развития рынка товаров продовольственного и непродовольственного назначения	1. Конспектирование лекции с проработкой учебной литературы. 2. Работа с Интернет-ресурсами 3. Подготовка презентации по теме.	Тесты
6	Тема 6. Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе Рекомендации: Обратить внимание на особенности формирования региональной рыночной инфраструктуры	1. Проработка учебного материала с использованием конспектов лекций, учебной, научной и справочной литературы, нормативных документов, электронных образовательных ресурсов 2. Выполнение заданий по портфолио.	Разноуровневые задачи

## 10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения, представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине используются следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература:

1. Рынок потребительских товаров и услуг: современное состояние, проблемы, тренды : монография / Н.Л. Рогалева. — Москва : Русайнс, 2017. — 160 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/927972>

б) дополнительная литература:

1. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914)

2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829)

## **11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 23.06.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

3. Об акционерных обществах: Федер. закон от 26.12.1995 № 208–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1. – Ст. 1. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

4. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федер. закон от 25.02.99 № 39–ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 9. – Ст. 1096. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

5. О рынке ценных бумаг: Федер. закон от 22.04.1996 № 39–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 17. – Ст. 1918. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

б) основная литература:

1. Рынок потребительских товаров и услуг: современное состояние, проблемы, тренды : монография / Н.Л. Рогалева. — Москва : Русайнс, 2017. — 160 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/927972>

в) дополнительная литература:

1. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914)

2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829)

## **12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
3. <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
4. <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
5. <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
6. <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

## **13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)**

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
  - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)
  - b. Windows 8
2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система
3. Система тестирования INDIGO.
4. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
5. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

## **14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

### **15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Дисциплина «Региональные и локальные рынки товаров и услуг» состоит из 6 тем и изучается на лекциях, практических занятиях и при самостоятельной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы дисциплины. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических навыков со студентами бакалавриата проводятся практические занятия. В ходе практических занятий разбираются основные и дополнительные теоретические вопросы, решаются практические задачи, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к практическим занятиям. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент бакалавриата может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы, а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к экзамену по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации

полученных знаний, умений и навыков.

## 16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины (модуля) для преподавателей, образовательные технологии

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

- а) для текущей успеваемости: опрос, эссе, решение задач;
- б) для самоконтроля обучающихся: тесты;
- в) для промежуточной аттестации: вопросы для зачета с оценкой.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг» используются следующие образовательные технологии:

- 1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;
- 2) разноуровневые задачи;
- 3) проведение практико-ориентированных занятий.

№ п/п	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по очной форме		Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.	Лекция	Практ.
1	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения)	2	2		
2	Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения)	2	2		2
3	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения)	2	2		2
	Итого:	6	6		4



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность: «Экономика кооперативных организаций»

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

### 1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Индекс	Формулировка компетенции
ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ПК-1	способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

### 1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций

#### *1.2.1 Компетенция ОПК-2 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):*

Статистика

Экономика потребительских и сельскохозяйственных кооперативов

Бизнес-планирование в кооперативных организациях

Инновационный менеджмент

Эконометрика

Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Производственная практика. Преддипломная практика

#### *1.2.2 Компетенция ПК-1 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):*

Анализ деятельности экономических субъектов

Экономика и финансовое обеспечение кооперативных организаций

Макроэкономическое планирование и прогнозирование

Бизнес-планирование в кооперативных организациях

Региональная экономика

Оценка и управление стоимостью предприятий (организаций)

Количественный анализ управленческих и хозяйственных решений

Маркетинговые исследования

Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Производственная практика. Преддипломная практика

### 1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1 2	ОПК-2 ПК-1	Тема 1. Понятие и структура товарного рынка в регионе Тема 2. Рынки в структуре региональной экономической системы Тема 3. Рынок средств производства в структуре регионального рынка Тема 4. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе Тема 5. Региональный рынок продовольственных и непродовольственных товаров Тема 6. Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	Тесты Эссе Решение задач Контрольная работа Кейс-задачи

#### Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»;

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»;

– суммы баллов за ответы на теоретические и дополнительные вопросы.

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций

определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

### 1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 4 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 3 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 2 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
<i>Теоретические показатели</i>						
ОПК-2 ПК-1	Знает экономическую сущность системы локальных региональных рынков; (тесты)	Верно, и в полном объеме знает экономическую сущность системы локальных региональных рынков;	С незначительными замечаниями знает экономическую сущность системы локальных региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками знает экономическую сущность системы локальных региональных рынков;	Не знает экономическую сущность системы локальных региональных рынков;	24
	Знает объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков; (решение задач)	Верно, и в полном объеме знает объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков;	С незначительными замечаниями знает объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками знает объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков;	Не знает объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков;	
	Знает признаки классификации региональных рынков; (тесты)	Верно, и в полном объеме знает признаки классификации региональных рынков;	С незначительными замечаниями знает признаки классификации региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками знает признаки классификации региональных рынков;	Не знает признаки классификации региональных рынков;	
	Знает формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков. (решение задач)	Верно, и в полном объеме знает формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков.	С незначительными замечаниями знает формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков.	На базовом уровне, с ошибками знает формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков.	Не знает формы и методы государственного регулирования функционирования региональных рынков.	
	Знает варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности	Верно, и в полном объеме знает варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности	С незначительными замечаниями знает варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности	На базовом уровне, с ошибками знает варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности	Не знает варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности	
	Знает основные экономические и социально-экономические показатели,	Верно, и в полном объеме знает основные экономические и	С незначительными замечаниями знает основные экономические и	На базовом уровне, с ошибками знает основные экономические и	Не знает основные экономические и социально-	

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 4 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 3 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 2 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
	применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	социально-экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	социально-экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	социально-экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики	
<i>Практические показатели</i>						
ОПК-2 ПК-1	Умеет диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков; (эссе)	Верно, и в полном объеме может диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков;	С незначительными замечаниями может диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками может диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков;	Не может диагностировать состояние и развитие различных типов региональных рынков;	20
	Умеет оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков; (кейс-задачи)	Верно, и в полном объеме может оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков;	С незначительными замечаниями может оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками может оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков;	Не может оценивать уровень развития экономического потенциала и инфраструктуры региональных рынков;	
	Умеет оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков. (эссе)	Верно, и в полном объеме может оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков.	С незначительными замечаниями может оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков.	На базовом уровне, с ошибками может оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков.	Не может оценивать уровень развития межрегиональных и международных связей региональных рынков.	
	Умеет соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической обработки	Верно, и в полном объеме может соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической обработки	С незначительными замечаниями может соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической	На базовом уровне, с ошибками может соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической	Не может соотносить собираемость информации на определенную дату и проводя анализ данных использовать различные методы статистической	

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 4 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 3 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 2 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
			обработки	обработки	обработки	
	Умеет проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	Верно, и в полном объеме может проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	С незначительными замечаниями может проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	На базовом уровне, с ошибками может проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	Не может проводить обоснование правильности выбора сбора экономических и социально-экономических показателей	
<i>Владеет</i>						
ОПК-2 ПК-1	Владеет методами анализа конъюнктуры региональных рынков; (контрольная работа)	Верно, и в полном объеме владеет методами анализа конъюнктуры региональных рынков;	С незначительными замечаниями владеет методами анализа конъюнктуры региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками владеет методами анализа конъюнктуры региональных рынков;	Не владеет методами анализа конъюнктуры региональных рынков;	20
	Владеет методами оценки структуры региональных рынков; (разноуровневые задачи)	Верно, и в полном объеме владеет методами оценки структуры региональных рынков;	С незначительными замечаниями владеет методами оценки структуры региональных рынков;	На базовом уровне, с ошибками владеет методами оценки структуры региональных рынков;	Не владеет методами оценки структуры региональных рынков;	
	Владеет методами регулирования региональных рыночных процессов. (контрольная работа)	Верно, и в полном объеме владеет методами регулирования региональных рыночных процессов.	С незначительными замечаниями владеет методами регулирования региональных рыночных процессов.	На базовом уровне, с ошибками владеет методами регулирования региональных рыночных процессов.	Не владеет методами регулирования региональных рыночных процессов.	
	Владеет навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных	Верно, и в полном объеме владеет навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных	С незначительными замечаниями владеет навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных	На базовом уровне, с ошибками владеет навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных	Не владеет навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных	
	Владеет экономическими основами профессиональной деятельности	Верно, и в полном объеме владеет экономическими основами профессиональной	С незначительными замечаниями владеет экономическими основами профессиональной	На базовом уровне, с ошибками владеет экономическими основами профессиональной	Не владеет экономическими основами профессиональной	

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) - 4 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 3 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 2 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
		деятельности	деятельности	деятельности	деятельности	
<i>ВСЕГО:</i>						<i>64</i>

### Шкала оценивания:

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	55-64	высокий
хорошо	46-54	хороший
удовлетворительно	33-45	достаточный
неудовлетворительно	32 и менее	недостаточный



## **2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации**

### **2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации**

1. Понятие о региональных рынках
2. Функции региональных рынков
3. Роль региональных рынков в экономическом развитии
4. Понятие о региональной экономической системе
5. Рынок как элемент региональной экономической системы
6. Классификация региональных рынков
7. Характеристика рынка средств производства
8. Элементный состав рынка средств производства
9. Характеристика рынка предметов широкого потребления
10. Элементный состав рынка предметов широкого потребления
11. Характеристика и структура финансового рынка
12. Характеристика и структура инвестиционного рынка
13. Характеристика и структура рынка инновационной продукции
14. Характеристика и структура информационного рынка
15. Понятие о конъюнктуре регионального рынка
16. Характеристика элементов конъюнктуры регионального рынка
17. Общая характеристика инфраструктуры регионального рынка
18. Особенности инфраструктуры информационного рынка
19. Особенности инфраструктуры финансового рынка
20. Особенности инфраструктуры потребительского рынка
21. Особенности инфраструктуры инвестиционного рынка
22. Региональные рынки в системе международных экономических отношений
23. Межрегиональные экономические связи региональных рынков
24. Факторы определяющие, межрегиональные экономические связи
25. Межнациональные экономические связи региональных рынков
26. Факторы определяющие, межнациональные экономические связи
27. Информационная база анализа развития региональных рынков
28. Методический инструментарий диагностики развития региональных рынков
29. Информационная база анализа развития региональных рынков
30. Методический инструментарий диагностики развития региональных рынков
31. Проблемы и пути развития региональных рынков
32. Роль и функции государства в развитии региональных рынков
33. Аспекты государственного регулирования региональных рынков

## **Типовые контрольные задания:**

### Вариант 1

1. Понятие, участники и функции рынка.
2. Особенности региональных рынков и их функции.
3. Система и классификация региональных рынков.

### Вариант 2

1. Легальные, нелегальные рынки и полулегальные рынки.
2. Понятие и функции регионального потребительского рынка.
3. Место рынка потребительских товаров в общей структуре национального рынка.

### Вариант 3

1. Структура рынка потребительских товаров.
2. Границы регионального товарного рынка
3. Цели и объекты конъюнктурного исследования

### Вариант 4

1. Система показателей для изучения конъюнктуры рынка
2. Комплексный подход к исследованию экономической конъюнктуры регионального рынка
3. Формы и методы административного регулирования потребительского рынка товаров и услуг

### Вариант 5

1. Формы и методы косвенного регулирования потребительского рынка товаров и услуг
2. Цель и задачи функционирования рынка потребительских товаров.
3. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального потребительского рынка

### Вариант 6

1. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального потребительского рынка
2. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития регионального потребительского рынка
3. Сегментирование регионального потребительского рынка

### Вариант 7

1. Локальные потребительские рынки в составе региона
2. Инфраструктура рынка потребительских товаров
3. Понятия и структура рынка промышленных товаров потребительского назначения

**Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:**

1. Для регионального рынка характерны:
  - а) определенные границы.
  - б) внутренняя и внешняя открытость
  - в) индивидуальные условия самостоятельной экономической деятельности.
  - г) общность экономических интересов в рамках границ
  
2. К непосредственным функциям регионального рынка относятся:
  - а) реализация сущностных отношений собственности
  - б) способствование к развитию межрегиональных хозяйственных отношений
  - в) влияние на социальные, надстроечные отношения
  - г) обмен и распределение товаров и услуг
  
3. Система региональных рынков это:
  - а) территориально обусловленная, сложноорганизованная и открытая система товарных отношений и связей, посредством которых осуществляется контакт между предъявителями спроса и предложения
  - б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, расположенных на определенной территории
  - в) система экономических отношений, связанная с обменом товаров и услуг, в результате которого формируется спрос, предложение и цена
  - г) это открытая территориальная управляемая система, имеющая нормативно закрепленные административные границы, в рамках которых находятся определенные экономические ресурсы и организовано производство экономического продукта
  
4. Рыночные отношения купли-продажи на конкретном месте представляет собой:
  - а) нанорынок
  - б) минирынок
  - в) мезорынок
  - г) микрорынок
  
5. Согласно субъективному признаку выделяют следующие рынки:
  - а) региональные рынки потребителей
  - б) региональный потребительский рынок
  - в) региональные рынки производителей
  - г) региональный рынок средств производства

6. В состав укрупненной группы входит региональный потребительский рынок:

а) рынки, формирующие торгово-экономические связи по воспроизводству орудий и предметов труда

б) рынки, выполняющие общепроизводственные функции

в) рынки, обеспечивающие материально-бытовые условия жизни населения

г) рынки, обеспечивающие другие рынки трудовыми, финансово-кредитными и информационными ресурсами

7. Сложноорганизованная по объектно-субъектному составу система товарного обращения с определенной степенью территориальной локации, ёмкости и структуры, определяемой конкретным набором факторов формирования экономического пространства это:

а) рынок непродовольственных товаров

б) региональный товарный рынок

в) рынок продовольственных товаров

г) региональный потребительский рынок

8. Границы товарного рынка, которые обеспечиваются наличием условий времени действия, экономичностью, сохранностью потребительских свойств, отсутствием административных ограничений ввоза-вывоза, сопоставимым уровнем цен, взаимозаменяемостью по предложению (производству):

а) географические

б) логистические

в) продуктовые

г) транспортные

9. Участниками, обеспечивающими деятельность потребительского рынка, являются:

а) органы власти

б) предприятия и организации торговли, общественного питания, бытовых услуг

в) банковский и финансовый секторы

г) местные производители и поставщики оборудования.

10. Совокупность всех типов торговых структур, призванных создавать условия для нормального функционирования товаропроизводителей и сферы обращения товаров, а также для торгового обслуживания всех групп населения называют:

а) оптовые предприятия потребительского рынка

б) розничные предприятия потребительского рынка

в) инфраструктура потребительского рынка

г) внешняя среда потребительского рынка

## Литература для подготовки к зачету с оценкой:

### а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 23.06.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

3. Об акционерных обществах: Федер. закон от 26.12.1995 № 208–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1. – Ст. 1. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

4. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федер. закон от 25.02.99 № 39–ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 9. – Ст. 1096. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

5. О рынке ценных бумаг: Федер. закон от 22.04.1996 № 39–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 17. – Ст. 1918. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

### б) основная литература:

1. Рынок потребительских товаров и услуг: современное состояние, проблемы, тренды : монография / Н.Л. Рогалева. — Москва : Русайнс, 2017. — 160 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/927972>

### в) дополнительная литература:

1. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460914)

2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: [znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412829)

## **Промежуточная аттестация**

### **2.2. Комплект билетов для проведения промежуточной аттестации**

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность: «Экономика кооперативных организаций»

Дисциплина: Региональные и локальные рынки товаров и услуг

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Теории и концепции региональных рынков..
2. Рынок продовольственных товаров; субъекты рынка, факторы развития.

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №2**

1. Особые экономические зоны и их роль в формировании региональных рынков.
2. Место региональных рынков в воспроизводственном процессе.

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3**

1. Необходимые условия развития конкурентной среды на региональных рынках.
2. Согласование экономических интересов субъектов региональных рынков.

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4**

1. Хозяйствующие субъекты региональных рынков.
2. Рынок непродовольственных товаров; субъекты рынка, факторы и тенденции развития.

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5**

1. Малый бизнес и его роль в формировании региональной конкурентной среды.
2. Внешнеэкономическая деятельность на региональных рынках; процесс регионализации ВЭД

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6**

1. Экономическая сущность рыночной инфраструктуры, ее роль в экономике региона.
2. Роль коммерческой информации в развитии регионального рынка товаров и услуг.

**Промежуточная аттестация**  
**Комплект тестовых заданий для проведения зачета с оценкой по дисциплине**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность: «Экономика кооперативных организаций»

Дисциплина: Региональные и локальные рынки товаров и услуг

Тестовые задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Для регионального рынка характерны:
  - а) определенные границы.
  - б) внутренняя и внешняя открытость
  - в) индивидуальные условия самостоятельной экономической деятельности.
  - г) общность экономических интересов в рамках границ
  
2. К непосредственным функциям регионального рынка относятся:
  - а) реализация сущностных отношений собственности
  - б) способствование к развитию межрегиональных хозяйственных отношений
  - в) влияние на социальные, надстроечные отношения
  - г) обмен и распределение товаров и услуг
  
3. Система региональных рынков - это:
  - а) территориально обусловленная, сложноорганизованная и открытая система товарных отношений и связей, посредством которых осуществляется контакт между предьявителями спроса и предложения
  - б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, расположенных на определенной территории
  - в) система экономических отношений, связанная с обменом товаров и услуг, в результате которого формируется спрос, предложение и цена
  - г) это открытая территориальная управляемая система, имеющая нормативно закрепленные административные границы, в рамках которых находятся определенные экономические ресурсы и организовано производство экономического продукта
  
4. Рыночные отношения купли-продажи на конкретном месте - это:
  - а) нанорынок

- б) минирынок
- в) мезорынок
- г) микрорынок

5. Согласно субъективному признаку выделяют следующие рынки:

- а) региональные рынки потребителей
- б) региональный потребительский рынок
- в) региональные рынки производителей
- г) региональный рынок средств производства

6. В состав укрупненной группы входит региональный потребительский рынок:

- а) рынки, формирующие торгово-экономические связи по воспроизводству орудий и предметов труда
- б) рынки, выполняющие общепроизводственные функции
- в) рынки, обеспечивающие материально-бытовые условия жизни населения
- г) рынки, обеспечивающие другие рынки трудовыми, финансово-кредитными и информационными ресурсами

7. Сложноорганизованная по объектно-субъектному составу система товарного обращения с определенной степенью территориальной локации, ёмкости и структуры, определяемой конкретным набором факторов формирования экономического пространства - это:

- а) рынок непродовольственных товаров
- б) региональный товарный рынок
- в) рынок продовольственных товаров
- г) региональный потребительский рынок

8. Границы товарного рынка, которые обеспечиваются наличием условий времени действия, экономичностью, сохранностью потребительских свойств, отсутствием административных ограничений ввоза-вывоза, сопоставимым уровнем цен, взаимозаменяемостью по предложению (производству):

- а) географические
- б) логистические
- в) продуктовые
- г) транспортные

9. Участниками, обеспечивающими деятельность потребительского рынка, являются:

- а) органы власти
- б) предприятия и организации торговли, общественного питания, бытовых услуг
- в) банковский и финансовый секторы



г) местные производители и поставщики оборудования.

10. Совокупность всех типов торговых структур, призванных создавать условия для нормального функционирования товаропроизводителей и сферы обращения товаров, а также для торгового обслуживания всех групп населения это:

- а) оптовые предприятия потребительского рынка
- б) розничные предприятия потребительского рынка
- в) инфраструктура потребительского рынка
- г) внешняя среда потребительского рынка

11. Потребительский рынок, который отличается малым количеством заключаемых сделок на протяжении длительного периода, наличием несоответствия спроса и предложения, незаполненным портфелем заказов

- а) активный
- б) стагнирующий
- в) коллапсирующий
- г) сокращающийся

12. Какой фактор функционирования потребительского рынка проявляется в уровне цен и доходов населения, формирующих платежеспособный спрос и покупательскую активность потребителей?

- а) социальный
- б) демографический
- в) экономический
- г) психографический

13. Какие факторы являются определяющими региональную независимость формирования товарных рынков с учетом существующей конъюнктуры?

- а) наличие резервного независимого пространства
- б) наличие собственного транзитного пространства
- в) единство производственной инфраструктуры
- г) наличие благоприятных условий использования собственной транспортной сети

14. Какая конъюнктура характеризуется сбалансированным рынком, стабильным или растущим объемом продаж, равновесными ценами?

- а) неблагоприятная
- б) благоприятная
- в) сбалансированная
- г) развивающаяся

15. Какие цели конъюнктурного анализа сложившейся ситуации ориентированы на удовлетворение потребностей маркетинга и менеджмента?

- а) стратегические
- б) тактические
- в) оперативные
- г) внутрифирменные

Тестовые задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ:

1. Изучение какой конъюнктуры предполагает детальное рассмотрение макроэкономических процессов и тенденций, происходящих в народном хозяйстве отдельно взятой страны или мирового хозяйства в целом?

- а) товарного рынка
- б) общехозяйственной
- в) рынка услуг
- г) общерегиональной

2. Какой показатель конъюнктуры рынка характеризуется емкостью рынка средств производства, емкостью рынка предметов потребления и емкостью рынка услуг?

- а) предложение товаров
- б) покупательский спрос на товары
- в) пропорциональность рынка
- г) тенденция развития рынка

3. Какой показатель конъюнктуры рынка характеризуется структурой продавцов по формам собственности и товарной структурой товарооборота?

- а) предложение товаров
- б) покупательский спрос на товары
- в) пропорциональность рынка
- г) тенденция развития рынка

4. Первый уровень исследования объекта при конъюнктурном анализе предполагает:

- а) описание состояния отдельных элементов товарного рынка
- б) исследование объекта (рынка страны) в целом, а также характеризующих его обобщенных показателей
- в) исследование структуры объекта
- г) исследование системы связей между отдельными элементами объекта

5. Из скольких этапов состоит процесс изучения рынка потребительских товаров и рыночной конъюнктуры?

- а) 6

- б) 7
- в) 8
- г) 9

6. Какие методы исследования рынка в маркетинге предоставляют структурированную и статистически обработанную информацию о рынке?

- а) количественные
- б) качественные
- в) первичные
- г) вторичные

7. К качественным методам можно отнести:

- а) опрос
- б) наблюдение
- в) фокус-группу
- г) глубинное интервью

8. Масштаб рынка – это:

- а) площадь, занимаемая торговыми предприятиями;
- б) площадь территории
- в) число предприятий, выступающих на рынке;
- г) единица измерения рыночных операций.

### **2.3. Критерии оценки для проведения зачета с оценкой по дисциплине**

После завершения тестирования на зачете с оценкой на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации зачет с оценкой, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 60 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на зачете с оценкой (не более 40 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 86 до 100 баллов – «отлично»;
- с 71 до 85 баллов – «хорошо»;
- с 50 до 70 баллов – «удовлетворительно»

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 50 %, то автоматически выставляется оценка «неудовлетворительно» (без

суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается переэкзаменовка в дополнительную сессию.

#### **2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине**

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена/зачета:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
(МОДУЛЮ)**

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность: «Экономика кооперативных организаций»

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

## КЕЙС-ЗАДАЧИ

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

Кейс-задача 1. Продвижение нового продукта на рынке

Небольшая Владимирская компания разработала новый продукт - диетическую соль - который планирует продвигать на региональный рынок. Компания предполагает работать как на розничном, так и на корпоративном сегментах рынка. Специалисты компании владеют подробной информацией о прямых конкурентах, но у них отсутствует информация о конкурентах, предлагающих товары-заменители. У руководства компании нет четкого представления о целевой аудитории и емкости рынка. Перед компанией стоит проблема сегментирования рынка и позиционирования своего продукта, а также разработки системы продвижения нового продукта с учетом небольшого бюджета (до 40 000 рублей в месяц). Основные вопросы, которые следует решить в ходе маркетингового исследования, были определены следующим образом:

1. Выявление потенциальных пользователей солезаменителей среди индивидуальных и корпоративных потребителей;
2. Определение специфических особенностей сегментов индивидуальных потребителей (социо-демографические характеристики; цели, способы и частота потребления, ценовые ориентации; принадлежность к группам с определенными особенностями состояния здоровья; принадлежность к «группам-мнения»: люди, склонные к употреблению новых товаров, появляющихся на рынке, люди, уделяющие особое внимание собственному здоровью);
3. Описание основных характеристик корпоративных потребителей: выпускаемая продукция, тип предприятия (крупное, среднее, малое), потенциальный объем производства продукции с использованием солезаменителей, возможные условия сотрудничества;
4. Оценка потенциальной емкости розничного сегмента и сегмента корпоративных потребителей рынка солезаменителей;
5. Определение прямых и косвенных конкурентов продукции Заказчика. Особое внимание следует уделить известным потребителю видам товаров (например, йодированная соль);
6. Позиционирование продуктов Заказчика на розничном и корпоративном потребительских сегментах (выявление основных характеристик продукта Заказчика, наиболее значимых для потребителя, с

целью формирования политики продвижения продукта);

7. Изучение возможных каналов распространения продукции Заказчика.

Вопросы:

1. Определить методы проведения исследования и источники сбора информации.

2. Обосновать методы формирования выборки.

3. Определить возможный размах вариации (в пропорции) и рассчитать объем выборки с учетом доверительной вероятности 95 % и допустимой ошибки 3%.

Кейс-задача 2. Кросс-маркетинг и услуги такси

Для гостя удобно, когда он получает пакет услуг, оплачивая его в одном «окне». Не надо думать и беспокоиться о безопасности своих финансов, о возможных формах оплаты. Сможете вы расплатиться в такси банковской картой или такой возможности не будет? Стоять перед выбором – услугами, какой транспортной компании воспользоваться, где дешевле, машина выглядит новее или водитель надежнее? Для гостя гораздо проще и приятнее, когда весь спектр этих проблем решает отель и предлагает наиболее оптимальный по всем критериям вариант.

Наиболее часто встречаются комиссионные схемы сотрудничества между отелями и транспортными компаниями. Эта программа подразумевает фиксированную цену, согласованную с транспортной компанией, по которой гостиница продает транспортную услугу, а потом в оговоренные сроки переводит деньги транспортной компании за минусом своих процентов.

Чаще всего комиссионное вознаграждение для отеля варьируется от 10% до 20%.

Результаты, безусловно, будут зависеть от сезона, информированности клиентов, среднерыночных цен на пассажирские перевозки и т.д. На первом этапе планируется получить дополнительная прибыль в месяц в среднем 18.000 -20.000 рублей.

Задание:

Службой маркетинга были разработаны коммерческие предложения о сотрудничестве с компаниями, осуществляющими транспортные перевозки по городу. Выберите из трех предложенных вариантов одно, которое наиболее точно отражает выгоды взаимного сотрудничества и соответствует целям организации.

Кейс-задача 3

В концепции развития внутренней торговли товарами народного потребления Министерства торговли Российской Федерации, опубликованной в «Торговой газете» 7,12 января 2000г., одним из принципов развития розничной сети называется «формирование автономных зон торгового обслуживания вдоль автомагистралей».

Задание:

Как вы себе представляете такие зоны? Какие виды сети или

предприятия (торговые точки) должны их образовывать? С какими проблемами придется, скорее всего, столкнуться организаторам таких зон торгового обслуживания?

**Критерии оценки:**

- 10 баллов набирает студент, если задание выполнено более чем на 70%;
- 5 баллов, если задание выполнено 50 - 70%.



АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Комплект заданий для контрольной работы**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

Вариант 1

Задание 1. Первый уровень исследования объекта при конъюнктурном анализе предполагает:

- а) описание состояния отдельных элементов товарного рынка
  - б) исследование объекта (рынка страны) в целом, а также характеризующих его обобщенных показателей
  - в) исследование структуры объекта
  - г) исследование системы связей между отдельными элементами объекта
- Целью создания макроэкономических моделей является:

Задание 2. На региональном рынке фирма, имеющая 6,4 ед. капитала, работает в условиях совершенной конкуренции при фиксированных ценах на факторы производства  $w = 4$ ;  $r = 10$  (где  $w$ ,  $r$  — прокатные цены соответственно труда и капитала). Любое количество своей продукции фирма продает по цене  $P=30$ .

Определить объем спроса фирмы на инвестиции (дополнительный капитал) в соответствии с неоклассической концепцией.

Вариант 2

Задание 1. Какие методы исследования рынка в маркетинге предоставляют структурированную и статистически обработанную информацию о рынке:

- а) количественные
- б) качественные
- в) первичные
- г) вторичные

Задание 2. В регионе на начало года предприниматели планировали чистые инвестиции в объеме 550 ден. ед., а домашние хозяйства намеревались сделать сбережения в объеме 600 ден. ед. По завершении года оказалось, что чистых инвестиций осуществлено на сумму 580 ден. ед. Каковы были в этом году сбережения?

### Вариант 3

Задание 1. К качественным методам можно отнести:

- а) опрос
- б) наблюдение
- в) фокус-группу
- г) глубинное интервью

Задание 2. В регионе фермер произвел 10 кг зерна (стоимость семян равнялась нулю). Из них 8 кг продал мельнику по 1 руб./кг, а 2 кг оставил на запасы, чтобы посеять в следующем году. Мельник произвел 8 кг муки, из которых 7 кг продал пекарю по 2 руб./кг, а 1 кг оставил себе на запас. Пекарь произвел 7 кг хлеба и продал его по 3 руб./кг. Подсчитать валовой региональный продукт методом добавленной стоимости.

### Вариант 4

Задание 1. Масштаб рынка – это:

- а) площадь, занимаемая торговыми предприятиями;
- б) площадь территории
- в) число предприятий, выступающих на рынке;
- г) единица измерения рыночных операций.

Задание 2. Рассмотрите модель долгосрочного экономического роста Солоу без технологического прогресса. Пусть в рассматриваемой региональной экономике государство взимает подоходный налог по ставке  $t$ , а величина государственных расходов на душу населения постоянна и равна  $g$ , причем государство не обязано иметь сбалансированный бюджет.

а) Исследуйте влияние ставки налога на подушевой доход и капитал в стационарном состоянии. Как будет изменяться темп роста дохода в результате повышения ставки подоходного налога?

в) Исследуйте влияние величины государственных расходов на душевой доход и капитал в стационарном состоянии. Как будет изменяться темп роста дохода с ростом  $g$ ?

г) Проанализируйте утверждение: «для увеличения темпа роста ВРП следует иметь профицит госбюджета, чтобы освободить ресурсы для инвестиций».

### Вариант 5

Задание 1. Стихийность рынка проявляется:

- а) в колебаниях его параметров, чуткой реакции на любые воздействия;
- б) в непредсказуемости развития рынка, нереальности оценить его колебания;

в) в невозможности планирования рыночной деятельности;

Задание 2. Рассмотрите закрытую экономику региона с фиксированными ценами и зарплатами и безработицей. Какая политика региональных властей необходима, чтобы увеличить выпуск, не меняя при этом ставку процента и сохраняя сбалансированным государственный бюджет?

Вариант 6

Задание 1. Что такое моральный износ товаров?

- а) товар, выработавший свой ресурс;
- б) отказ от использования товара в результате появления на рынке нового, более совершенного;
- в) товар, от потребления которого отказываются по моральным причинам;
- г) все ответы верны.

Задание 2. Рассчитать потребление мяса и мясопродуктов в краткосрочном прогнозном периоде в регионе РФ при неизменном коэффициенте эластичности. Известно, что фактическое потребление мяса и мясопродуктов на 1-ого человека составляет 57 кг, численность населения – 1,46 млн. чел.

В прогнозном периоде денежные доходы населения возрастут на 31,3 %, индекс потребительских цен составит 108 %. останется неизменным.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Комплект разноуровневых задач (заданий)**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

**А. ЗАДАЧИ РЕПРОДУКТИВНОГО УРОВНЯ**

Задача 1. Россия разделена на 11 крупных экономических районов: Северный, Северо-Западный, Центральный, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Северо-Кавказский, Поволжский, Уральский, Западно-Сибирский, Восточно-Сибирский и Дальневосточный. Экономические районы отличаются масштабами производства и ресурсов, специализацией и комплексностью хозяйства.

Дайте краткую характеристику экономических районов России.

Задача 2. Предположим, что регионы X и Y производят только 2 товара: оборудование и продовольствие.

Для производства единицы оборудования в регионе X требуется 1 день, а на производство единицы продовольствия – 3 дня. В регионе Y для производства единицы оборудования требуется 4 дня, на производство единицы продовольствия – 2 дня.

Определить, выгодно ли осуществить межрегиональную торговлю этими товарами.

Задача 3. Деятельность государственных органов по созданию единого информационного пространства в отрасли требует широкого использования инструментов маркетинговой политики. Каковы этапы разработки маркетинговой стратегии на территориальном уровне? Как органы координации и управления отраслью могут использовать принципы и методы маркетинга с целью повышения эффективности отраслевой деятельности в регионе? Приведите конкретные примеры.

Задача 4. По некоторым расчетам инвестиционная потребность туризма только в Приморском крае на 1996 – 2005 гг. составляла около 20 млн дол. США. Такой значительный уровень потребности в инвестициях не может быть удовлетворен за счет только внутренних ресурсов. Каковы формы, методы и инструменты привлечения иностранных инвестиций в экономику России? Каким образом межправительственные соглашения об избежании двойного налогообложения и защита инвестиций в России могут влиять на

решения иностранных инвесторов?

Задача 5. С 1 января 2013 г. в 2 раза были увеличены страховые взносы, уплачиваемые индивидуальными предпринимателями (ИП) в Пенсионный фонд. ИП в массовом порядке стали закрывать свой бизнес. Ожидаемые индивидуальными предпринимателями поправки были приняты только в июле 2013 г. Снижение страховых взносов было установлено с 1 января 2014 г. (на 2014 и 2015 гг.), расчет взносов стал дифференцированным. В 2014 г. если доход ИП не превышал 300 000 рублей, то страховые взносы в ПФР рассчитывались следующим образом:  $1 \text{ МРОТ} \cdot 26 \% \cdot 12 \text{ месяцев}$  (в 2013 г. –  $2 \text{ МРОТ}$ ). Если доход ИП превышал 300 000 рублей, то размер страховых взносов увеличивался на 1 % суммы превышения.

При принятии изменений по страховым взносам не рассматривался вопрос о пониженных тарифах страховых взносов для ИП, которые имеют основное место работы и дополнительно занимаются предпринимательской деятельностью (см. Смородина Е. А. Основные направления налоговой политики России и их влияние на развитие бизнеса // Международный журнал экспериментального образования. URL: [http://www.rae.ru/meo/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=4364](http://www.rae.ru/meo/?section=content&op=show_article&article_id=4364)).

1. Определите, какие методы регулирования деятельности ИП использовались в приведенном примере.

2. Охарактеризуйте последствия данного мероприятия (с точки зрения государства, бизнеса и домохозяйств).

3. Сделайте вывод о влиянии методов регулирования на возможности реализации региональных задач развития.

Задача 6. Рассмотреть инвестиционный проект на уровне регионального рынка, который требует первоначальных вложений в размере 16 млн. рублей и начнет приносить доход немедленно. На сегодняшний день продукция, которую фирма сможет производить в результате осуществления этого проекта, приносит чистую выручку в размере 2 млн. рублей в год. Есть следующий прогноз относительно ожидаемого чистого дохода на следующий год и все последующие годы (будем считать, что уровень цен при этом останется прежним, то есть инфляция отсутствует): с вероятностью  $1/2$  чистая выручка составит 3 млн. рублей и с вероятностью  $1/2$  выручка составит 1 млн. рублей. Ставка процента  $r$  одинакова для всех периодов и равна 10% годовых. Необходимо ответить на вопрос, следует ли инвестировать в этот проект сегодня (в период 1), при условии, что в последующие годы такой возможности уже не представится?

Также рассмотреть второй вариант: условия несколько изменились, и вы можете не принимать решение сразу в период 1, а подождать до следующего периода и, лишь затем решить, будете ли вы вкладывать средства в этот проект. Какую максимальную сумму вы готовы заплатить за право на отсрочку решения?

Задача 7. Проанализируйте, каким образом следующие изменения отразятся на соотношении импорта и экспорта на региональном товарном рынке при отсутствии мобильности капитала:

- а) рост цен за рубежом,
- б) повышение мировой ставки процента,
- в) падение выпуска за рубежом.

Задача 8. Овощеводческая бригада купила семена на 1000 руб., вырастила урожай овощей и продала его торговому посреднику за 6000 руб. Посредник продал одну часть урожая на консервную фабрику за 3000 руб., а другую – всем желающим в розницу для личного потребления на 4000 руб. На фабрике из купленных овощей изготовили консервы, которые продали оптом за 7000 руб. Оптовый торговец продал их розничным торговцам за 9000 руб. А розничные торговцы выручили от продажи консервов валовой доход в размере 14000 руб.

Вопрос: на сколько рублей увеличился ВРП в результате всех этих операций?

## **В. ЗАДАЧИ РЕКОНСТРУКТИВНОГО УРОВНЯ**

Задача 1. Согласно методике разработки региональной программы развития инвестиционной деятельности, составьте проект предложений о разработке программы в вашем регионе.

Задача 2. В программе предусматривается глубокий ситуационный анализ состояния инновационной деятельности на текущий момент. Как можно охарактеризовать состояние развития инноваций в исследуемом вами регионе? Используйте принципы факторного анализа, оценки ресурсного потенциала, динамики процессов, и т.д.

Задача 3. Важнейшей составляющей успешного развития российских регионов является осуществление инвестиционной политики. На основе Инвестиционной стратегии Владимирской области до 2020 г. ([Электронный ресурс] URL: [http://econom.avo.ru/images/stories/invest\\_strat\\_2020.pdf](http://econom.avo.ru/images/stories/invest_strat_2020.pdf)) составьте аналитическую записку, раскрывающую:

- а) содержание понятия "инвестиционная стратегия";
- б) методы и инструменты государственного регулирования инвестиций;
- в) роль механизмов государственно-частного партнерства.

Выскажите собственное мнение по поводу инвестиционной стратегии как фактора регионального экономического развития.

Задача 4. Условно в двух регионах производятся только два вида товара – уголь и масло. В таблице 1 представлены данные об объемах производства угля и масла в двух регионах А и Б (используется только один

ресурс - труд). При сравнении двух регионов и анализе возможности торговых отношений между ними, можно утверждать, что регион А обладает:

- а) абсолютным преимуществом в производстве угля;
- б) абсолютным преимуществом в производства масла;
- в) сравнительным преимуществом в производстве угля;
- г) сравнительным преимуществом в производстве масла;
- д) не обладает сравнительным преимуществом ни по одному товару.

Таблица 1.

Производство в час	Регион А	Регион В
Уголь (в кг)	10	30
Масло (в л)	20	40

Задача 5. Сделать анализ отраслевой структуры регионов А и Б на основе приведенных данных по выпуску продукции в таблице 2, рассчитав для этого коэффициенты локализации (специализации) производства в регионах.

Таблица 2. Отраслевая структура производства (выпуска продукции), %.

Отрасли	Регион А	Регион Б	Страна
Добыча	17	37,5	24,7
Готовая продукция	49,8	35,3	45,4
Услуги	33,2	27,2	29,9
Итого выпуск	100	100	100

Коэффициенты локализации:  $K_{ir} = q_{ir}/Q_r : q_i/Q$

где  $q_{ir}$  – объем выпуска  $i$ -й отрасли в регионе  $r$  ;

$q_i$  - общий объем выпуска  $i$ -й отрасли в стране ;

$Q_r$  – объем валового выпуска в регионе  $r$  ;

$Q$  – объем валового выпуска в стране.

Задача 6. В последние годы в нашей стране стали разрабатываться Программы по комплексному развитию регионов. Некоторые авторы предлагают в прогноз включить разработки: во-первых, волны Кондратьева (50–60 лет), во-вторых, долгосрочный прогноз (20–25 лет), в-третьих, среднесрочный прогноз (8-12 лет), в четвертых, краткосрочные прогнозы (3–4 года).

Задание:

Проанализируйте, какие задачи ставятся и какие цели преследуются на каждом из этих этапов?

Задача 7. Проанализируйте особенности отношений между дальневосточным регионом и центром. На примерах из периодической печати раскройте содержание центробежных и центростремительных тенденций. Какие из названных тенденций в современный период получают

доминирующее значение? Какие последствия может иметь развитие этих тенденций для Приморского края, страны в целом?

### **С. ЗАДАЧИ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ**

Задача 1. Кластерные структуры являются для российской экономики новыми формами интеграции современных компаний, научных организаций, образовательных учреждений, государственных органов власти. При этом стратегия инновационного развития экономики на основе формирования кластеров в регионах России должна быть ориентирована на глобальный рынок и нацелена на выявление и развитие уникальных инновационных отраслей регионов. По оценке экспертов кластеризацией уже охвачено в мире более 50% стран, что обеспечило им значительный прирост ВВП за счет инновационного развития. Сегодня Германия, Франция, Великобритания и ряд других развитых стран уже превратили кластеры в мейнстрим своего инновационного развития. Большинство стран Европы выработало для себя наиболее приемлемые кластерные стратегии развития. При этом правительства развитых стран концентрируют свои усилия на поддержке существующих кластеров и создании новых сетевых структур. Государство является не только инициатором создания кластеров, но и активным участником кластерных образований. Примером является опыт Германии, где с 1995г. действует система биотехнологических кластеров Bio Regio. Данное направление кластеризации активно развивается в Великобритании, где созданы благоприятные условия для размещения биотехнологических фирм в районе Эдинбурга, Оксфорда и Юго-Восточной Англии. В Норвегии успешно функционирует при поддержке правительства кластер, объединяющий в себя предприятия морского хозяйства. В Финляндии развит лесопромышленный кластер, включающий производство древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. В мировой практике сформировались несколько центров кластерного развития, послужившие основой для создания моделей инновационных кластеров: американская, западноевропейская, азиатская и латиноамериканская модели.

В России формирование инновационных кластеров осуществляется в двух направлениях: по инициативе государства и на базе сложившейся специализации в регионах без четкого выделения кластерных формирований в территориальные структуры. Развитие инновационных кластеров в России станет более эффективным, если будет реализован принцип «умной специализации», который в ряде зарубежных стран превратился в концептуальную модель социально-экономической политики. Суть данного принципа заключается в необходимости усиления уникальных конкурентных преимуществ регионов для эффективной кластеризации российской экономики. Формирование инновационных кластеров должно происходить вокруг инновационных отраслей региона, имеющих определенную специализацию и инновационный потенциал.



Кластеры являются перспективной формой для развития коммуникаций с зарубежными инвесторами в области научно-технического сотрудничества. Кластеры способны обеспечить регионам определенный имидж инновационно-развитой территории, сформировать бренд региона и создать условия для инвестиционной привлекательности.

В условиях кластеров осуществляется партнерство бизнеса, науки, образования, региональных и федеральных органов власти. На основе этого партнерства более эффективно осуществляется комбинирование ресурсов для финансирования исследований, коммерциализации разработок, развития образования, науки и инновационной инфраструктуры, а также в условиях кластера удается снизить инвестиционные риски, сократить транзакционные издержки и обеспечить реализацию долгосрочных инновационных проектов.

Сегодня кластерная проблематика стала обязательным элементом стратегических документов, регулирующих региональное развитие, при этом совершенно отсутствуют приоритеты формирования кластеров в регионах, нет четкой и обоснованной стратегии их формирования на базе существующей специализации региональной экономики. Такой «всеобъемлющий» подход к кластеризации экономики приводит к отсутствию взаимосвязи между кластерной политикой и другими направлениями социально-экономического развития регионов, отсутствию диалога между бизнесом, организациями науки и образования, органами власти. Происходит искусственное навязывание инновационных кластеров без понимания сути данного процесса и явления, без разработки управленческих решений для формирования стратегии кластеризации российской экономики. В связи с этим необходимо определить – какой должна быть эффективная стратегия кластерного развития экономики?

Вопросы для обсуждения:

1. Проанализируйте современную политику федеральных и региональных органов власти в области кластерного развития территории и определите основные методы и инструменты кластеризации экономики.

2. На какие основные преимущества кластеров инвесторы обращают внимание и на что они делают ставку в случае своего участия в реализации стратегии инновационного развития территории?

3. Какие инструменты используют федеральные и региональные органы власти для стимулирования кластерного взаимодействия участников инновационного процесса?

4. Определите основные цели и задачи кластеризации региональной экономики с учетом приоритетов инновационного развития.

5. Определите перспективы и возможность превращения кластеров в мейнстрим современной экономики. Разработайте пошаговую стратегию кластеризации национальной экономики.

6. Разработайте комплекс мероприятий для формирования инновационного кластера в Вашем регионе.

Задача 2. Проанализируйте содержание следующих отрывков. Определите, какие из существующих подходов к региональной экономике они характеризуют:

а) «Имея непосредственную связь с проблемным подходом и являясь по существу его разновидностью, он вместе с тем имеет самостоятельное значение. Центральное место в нем занимает изучение явлений взаимодействия субъектов общественных отношений в географическом пространстве»;

б) «Он имеет важное методологическое значение в изучении действия экономических законов на региональном уровне. Относительное обособление воспроизводственного цикла означает не только обособление воспроизводства части совокупного внутреннего валового продукта в границах региона, но и обособление присущих ему, региону противоречий и их концентрированных выражений – сложных региональных социально-экономических проблем».

Задача 3. Одной из приоритетных задач Правительства области является развитие жилищного строительства и обеспечение доступным жильем населения. На территории области в рамках национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» с 2005 года реализована областная целевая программа «Обеспечение населения Саратовской области доступным жильем и развитие жилищного строительства на 2005–2010 годы», утвержденная Законом области от 29 декабря 2006 г. № 152-ЗСО и долгосрочная областная целевая программа «Развитие жилищного строительства в Саратовской области» на 2011–2015 годы, утвержденная постановлением Правительства области от 1 декабря 2010 г. № 600-П.

На основе указанных программ с учетом сформулированных приоритетов и заданных целей в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг», государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», разработана государственная программа Саратовской области «Обеспечение населения доступным жильем и развитие жилищно-коммунальной инфраструктуры до 2020 года».

Динамика обращений граждан за различными видами услуг государственной поддержки, в том числе по предоставлению им жилых помещений, нуждающихся в улучшении жилищных условий, при реализации вышеназванных программ, уменьшилась по сравнению с 2005 годом более чем в 2 раза:

- на 1 января 2005 года на очереди состояло 49 400 семей,

- на 1 января 2013 года в очереди на улучшение жилищных условий  
стоят

23 186 семей.

Данные факты свидетельствуют о том, что по разным направлениям государственной политики в сфере обеспечения населения жилыми помещениями за период с 2005 по 2013 год улучшили свои жилищные условия более 33 353 семей, признанных нуждающимися в улучшении жилищных условий.

Таким образом, решение вопросов обеспечения населения области доступным жильем экономического класса и развития жилищного строительства программным методом доказало свою эффективность.

Решение вопросов в комплексе, а это строительство жилых помещений экономического класса, отвечающих современным требованиям энергоэффективности и экологичности, строительство инженерных сетей, автомобильных дорог и объектов социального значения, т.е. необходимой социальной, коммунальной инфраструктур, развитие и совершенствование системы защиты прав граждан – приобретателей жилья и граждан в целом, позволит создать комфортную среду обитания и жизнедеятельности населения области, не только удовлетворить жилищную потребность, но и повысить качество жизни, а также улучшить демографическую обстановку.

Объем жилищного фонда в области по состоянию на 1 января 2013 года составляет 65,4 млн кв. м, в том числе жилищный фонд в городских поселениях составляет 47,4 млн кв. м, в сельской местности – 18,0 млн кв. м. Большая часть жилищного фонда (57,1 млн кв. м) находится в частной собственности, доля которого за последние 20 лет увеличилась в два раза и составила в 2012 году 87,4% жилищного фонда области. Средняя обеспеченность населения площадью жилья составляет 26,1 кв. м на человека - имеющиеся обязательства области по обеспечению жилыми помещениями категорий граждан, установленных Законом Саратовской области «О предоставлении жилых помещений в Саратовской области», требуют постоянного многолетнего их исполнения в части финансирования данных расходных обязательств.

Также серьезной проблемой, требующей неотлагательного решения, является неудовлетворительное состояние жилищной сферы и, как следствие, непосредственно инженерной инфраструктуры. Средний уровень износа коммунальной инфраструктуры в области составляет 70%, что не позволяет наращивать объемы жилищного строительства. С каждым годом все острее встает вопрос о необходимости реконструировать инженерные сети, которые требуют огромных финансовых вложений. Низкие темпы технического перевооружения отрасли жилищно-коммунального хозяйства напрямую зависят от инвестиционных вложений, в первую очередь со стороны частного бизнеса.

Актуальна и необходима разработка механизмов, делающих рентабельным вложение средств, в долгосрочные проекты модернизации жилищно-коммунального комплекса.

В связи с этим необходимо проводить работу в рамках государственно-частного партнерства по привлечению инвестиций в отрасль жилищно-коммунального хозяйства сетевых компаний.

Динамика развития жилищной сферы в период до 2020 года будет определяться воздействием ряда факторов. В результате предпринятых в последние годы мер государственного регулирования и наличия неудовлетворенного платежеспособного спроса со стороны ряда категорий граждан ежегодные объемы ввода жилья будут расти, что позволит стабилизировать уровень цен на жилье в реальном выражении. При этом изменится структура предложения жилья за счет увеличения доли жилья экономкласса, арендного жилья, а также жилья, вводимого жилищными и жилищно-строительными кооперативами.

Получат дальнейшее развитие различные формы государственно-частного партнерства, в том числе при комплексном освоении территорий под жилую застройку. Окончание срока бесплатной приватизации жилья в 2013 году приведет к активизации строительства жилищного фонда социального использования. Вместе с тем сохранится высокая зависимость жилищной сферы от динамики макроэкономических показателей, которые будут оказывать существенное влияние на доходы населения, а также на процентную ставку и иные параметры ипотечного жилищного кредитования, определяющие уровень доступности жилья. Основным фактором, который будет сдерживать дальнейшие темпы роста ипотечного рынка, является дорожающее фондирование банковского сектора, что объясняется новым витком нестабильности на мировых финансовых рынках. Все это определяет существенные риски реализации государственной программы.

Ситуация в жилищно-коммунальном комплексе характеризуется ростом износа основных фондов, ростом аварийности, высокими потерями ресурсов и низкой энергоэффективностью.

Вопросы жилищно-коммунального обслуживания занимают первые места в перечне социальных проблем граждан России. Без принятия срочных мер на государственном уровне правового и институционального характера переломить эти тенденции, обеспечить решение задачи повышения качества жилищно-коммунальных услуг для населения при обеспечении доступности тарифов на эти услуги представляется невозможным.

В связи с этим необходимо сосредоточить усилия на решении двух прорывных задач. Первая задача заключается в проведении в значительных объемах капитального ремонта и реконструкции многоквартирных домов с использованием средств собственников жилья, кредитных продуктов банков и различных механизмов государственной поддержки инициативных собственников жилья в энергоэффективной модернизации многоквартирных домов. Решение этой задачи позволит создать более комфортную среду обитания граждан, снизить расходы на оплату энергоресурсов за счет повышения энергоэффективности жилых зданий. Вторая задача связана с техническим обновлением коммунальной инфраструктуры. Это позволит повысить качество коммунальных услуг, обеспечить высокую надежность их

предоставления, создать технические и организационные возможности потребителю регулировать объемы потребляемых услуг и оплату по факту их потребления. Решение этой задачи связано с принципиальным улучшением инвестиционного климата в коммунальном секторе. Для снижения инвестиционных рисков особое внимание будет уделено формированию долгосрочной тарифной политики. При этом политические ограничения, связанные с доступностью оплаты жилья и коммунальных услуг, будут формировать существенные риски реализации государственной программы.

Государственная программа, исходя из специфики и тенденций развития строительного комплекса области, должна обеспечить практическую реализацию комплекса мероприятий и механизмов, направленных на создание необходимых условий для решения существующих проблемных вопросов. Она ориентирована на положительный эффект и реализацию необходимых механизмов поддержки развития строительного и коммунального комплексов и жилищного строительства в целом в области.

Вопросы:

1. Перечислите, какие внутренние и внешние факторы развития жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства в Саратовской области нашли отражение в представленной программе. Найдите упоминание об этих факторах в приведенном тексте программы.

2. Перечислите, какие факторы внешней и внутренней среды развития жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства в Саратовской области не нашли отражение в представленной программе. Обоснуйте необходимость их рассмотрения в начальном разделе программы и степень влияния на развитие сферы жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области.

3. Перечислите проблемы, препятствующие развитию жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области, выделенные в представленной программе. Найдите упоминание об этих проблемах в приведенном тексте программы.

4. Перечислите проблемы, препятствующие развитию жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области, которые не были выделены в представленной программе. Обоснуйте необходимость их рассмотрения в программе и степень влияния на конечный результат развития сферы жилищного строительства и жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области.

5. Найдите в тексте программы упоминание о главной проблеме, препятствующей развитию жилищного строительства и главной проблеме, препятствующей развитию жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области. Сформулируйте и обоснуйте собственное мнение по данному вопросу.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Комплект тестовых заданий**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

1. В состав укрупненной группы входит региональный потребительский рынок:

- а) рынки, формирующие торгово-экономические связи по воспроизводству орудий и предметов труда
- б) рынки, выполняющие общепроизводственные функции
- в) рынки, обеспечивающие материально-бытовые условия жизни населения
- г) рынки, обеспечивающие другие рынки трудовыми, финансово-кредитными и информационными ресурсами

2. Границы товарного рынка, которые обеспечиваются наличием условий времени действия, экономичностью, сохранностью потребительских свойств, отсутствием административных ограничений ввоза-вывоза, сопоставимым уровнем цен, взаимозаменяемостью по предложению (производству):

- а) географические
- б) логистические
- в) продуктовые
- г) транспортные

3. Участниками, обеспечивающими деятельность потребительского рынка, являются:

- а) органы власти
- б) предприятия и организации торговли, общественного питания, бытовых услуг
- в) банковский и финансовый секторы
- г) местные производители и поставщики оборудования.

4. Потребительский рынок, который отличается малым количеством заключаемых сделок на протяжении длительного периода, наличием несоответствия спроса и предложения, незаполненным портфелем заказов

- а) активный
- б) стагнирующий
- в) коллапсирующий

г) сокращающийся

5. Какой фактор функционирования потребительского рынка проявляется в уровне цен и доходов населения, формирующих платежеспособный спрос и покупательскую активность потребителей:

- а) социальный
- б) демографический
- в) экономический
- г) психографический

6. Какой показатель конъюнктуры рынка характеризуется емкостью рынка средств производства, емкостью рынка предметов потребления и емкостью рынка услуг:

- а) предложение товаров
- б) покупательский спрос на товары
- в) пропорциональность рынка
- г) тенденция развития рынка

7. Какие формы интеграции предприятий в сетевые формы не присущи для регионального потребительского рынка:

- а) предпринимательский союз
- б) холдинговые компании
- в) франчайзинговая сеть
- г) партнёрская сеть
- д) картель
- е) закупочная группа
- ж) консорциум

8. Для регионального рынка характерны:

- а) определенные границы.
- б) внутренняя и внешняя открытость
- в) индивидуальные условия самостоятельной экономической деятельности.
- г) общность экономических интересов в рамках границ

9. В состав укрупненной группы входит региональный потребительский рынок:

- а) рынки, формирующие торгово-экономические связи по воспроизводству орудий и предметов труда
- б) рынки, выполняющие общепроизводственные функции
- в) рынки, обеспечивающие материально-бытовые условия жизни населения
- г) рынки, обеспечивающие другие рынки трудовыми, финансово-кредитными и информационными ресурсами



10. Какие методы исследования рынка предоставляют структурированную и статистически обработанную информацию о рынке:

- а) количественные
- б) качественные
- в) первичные
- г) вторичные

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Кейс-задача**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

Кейс-задача. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка

В настоящее время в России наблюдаются бум роста торговых сетей и их укрупнение посредством выхода на региональные рынки. Курс на стремительную экспансию в регионы взят практически всеми российскими ритейлерами, работающими в формате «гипермаркет», в том числе компаниями «Перекресток», «О'Кей», «Седьмой континент», «Вестер» «Карусель», «Мосмарт», «Лента», а также иностранными торговыми сетями «Рамстор», «Ашан», «Реал», «Метро». Кроме того, в начале этого года о своем приходе на российский рынок (не только столичный, но и региональный) заявили еще два крупных ино-странных игрока — группа компаний «Карфур» и компания «Зельгрос».

В большинстве своем основу стратегии развития сетевых операторов составляет принцип «Количество населения в городе». Поэтому развитие сетей в регионах осуществляется по убывающей: сначала города-миллионники, затем города с населением 500 000+ человек и только после этого города с населением 300 000+ человек. Кроме фактора численности населения для сетевиков важными являются показатели «уровень доходов на душу населения», «процент безработицы» и «товарооборот на душу населения». Совокупность этих факторов позволяет определить наиболее перспективные регионы: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Самара, Казань, Уфа, Челябинск, Пермь, Ростов, Омск, Волгоград, Тюмень.

При выборе регионов сетевикам приходится принимать во внимание не только перечисленные факторы, но и возможность логистической доставки грузов. В связи с этим развитие сетей происходит обычно «кластерно», т. е. внутри определенных кластеров: Центральный кластер, Северо-Западный кластер, Волжский кластер, Южный кластер, Уральский кластер, Сибирский кластер. В связи с тем, что многие сетевые компании начали развитие в регионах еще в начале 2000-х гг. (среди них — «Рамстор», «Метро», «Лента», «Перекресток»), то к сегодняшнему дню оператору, планирующему строительство своего гипермаркета в регионе, приходится очень тщательно выбирать место расположения, с тем чтобы обеспечить безубыточность инвестиций. Некоторые регионы на сегодняшний день уже перенасыщены

торговыми операторами, и торговые сети не рассматривают их как перспективные для нового вхождения (так, многие сетевые операторы с пессимизмом смотрят на Петербург, Казань, Набережные Челны, Тольятти, Самару). Естественно, что депрессивные, дотационные регионы с мало зарабатывающим населением неинтересны для сетевиков.

Сама стратегия развития в регионе разнится у разных компаний: например, торговые компании развиваются как посредством строительства собственных комплексов, так и посредством участия в торгово-развлекательных центрах в качестве якорного арендатора. У некоторых сетевых компаний подписаны стратегические соглашения о развитии с крупными девелоперами: например, французская сеть «Ашан» развивается в сотрудничестве со шведской ИКЕА как часть торгового молла «Мега». Сети формата cash & carry («Метро» и «Лента») развивают региональную сеть только за счет строительства торговых комплексов на собственных земельных участках.

#### Земельные войны.

Критерии выбора земельных участков для строительства гипермаркетов очевидны: близость к крупному жилому массиву, удобный подъезд, возможность устройства большой парковки (не менее одного машино-места на 15 кв. м торговой площади). Учитывая, что требования к участкам одинаковы, между продуктовыми сетями идет настоящая борьба за наиболее выгодные площадки для строительства собственных торговых комплексов в регионах. Земельный участок можно либо приобрести на вторичном рынке, либо получить от местной администрации.

Цены на участки на вторичном рынке сегодня достигают в ряде регионов \$1,5-2 млн за 1 га. Особенно дорогим считается Ростов-на-Дону: здесь цены доходят до \$3 млн за 1 га. Если земельный участок принадлежит продавцу на праве собственности, то заключается договор купли-продажи участка, и после его регистрации право собственности на участок переходит к приобретателю. Покупателю необходимо помнить, что перед покупкой участка нужно получить выписки из всех открытых источников информации — земельного и гра-достоительного кадастров. Также обязательно получить сведения о наличии возможных сервитутов — водоохранных и прибрежно-защитных зон, санитарно-защитных зон, археологических зон и др. Знание всех сервитутов защитит инвестора от «сюрпризов» при реализации проекта. Известны случаи, когда компания покупала участок, но не могла на нем реализовать проект строительства гипермаркета до тех пор, пока не сокращала водоохранную и санитарно-защитную зоны находящегося рядом завода или кладбища.

Институт права частной собственности на землю развит не везде одинаково: в большинстве регионов инвестор получает право выкупить участок только после окончания строительства (Самара, Екатеринбург, Челябинск, и др.). В некоторых же регионах в черту города попали земли бывших колхозов и совхозов, поэтому много участков, пригодных для освоения под торговые центры, находится в частной собственности (Рязань,

Тольятти, Тюмень).

В ряде случаев собственник участка уже успел оформить на себя часть исходно-разрешительной документации, получить постановление о разрешении проектирования торгового центра, технические условия на присоединение инженерных мощностей. В этом случае компанией-покупателем обычно приобретаются акции либо доли компании-продавца. В результате сделки приобретатель становится владельцем компании, участка и всей ранее полученной ИРД.

Часто сетевики находят для себя идеальные участки, которые предоставлены муниципальными властями в аренду на срок от 3 до 49 лет для строительства торговых комплексов. В этом случае возможны также два варианта: либо переуступка права аренды (в случае краткосрочной аренды — с согласия арендодателя, т. е. муниципалитета, в случае долгосрочной аренды — с уведомлением арендодателя), либо продажа акций или долей компании — арендатора участка. При покупке компании проводится не только юридический, но и финансовый аудит.

#### Торги и тендеры

Второй возможный путь получения участков для строительства — от местных администраций. Согласно Земельному кодексу в РФ возможными являются две процедуры предоставления участков: по процедуре предварительного согласования места размещения либо путем проведения торгов. Метод администрация выбирает самостоятельно, исходя из регионального законодательства, имеющейся градостроительной документации, количества поступивших заявок на участок.

Например, в Казани, Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге, Кемерове и ряде других городов предоставление участков происходит преимущественно посредством проведения торгов. В ряде администраций практикуется, что при подаче только одной заявки на участие в торгах победителем признается фирма, подавшая заявку, и получает она участок по минимальной цене. В большинстве же регионов в таком случае торги признаются несостоявшимися. Это регламентируется местными законами и сложившейся в регионе практикой. В случае проведения торгов администрация самостоятельно получает техусловия, гарантирует разрешенное целевое использование участка.

Во многих регионах предоставление земельных участков для строительства происходит по процедуре предварительного согласования места размещения. Данная процедура осложнилась в настоящее время тем, что согласно региональному законодательству в большинстве регионов РФ работы по подготовке акта выбора земельного участка и проекта границ участка и работы по выпуску постановлений о предоставлении земельных участков в аренду для строительства осуществляются администрациями разных уровней (например, Самарская обл., Ярославская обл.). Выбор участка осуществляется муниципальными властями, а подписание распоряжения о предоставлении участков в аренду для застройки — губернаторами регионов. Как правило, подобное распределение

ответственности между администрациями приводит к тому, что сроки реализации проектов удлиняются и инвестору приходится проводить еще больше времени во властных коридорах.

В соответствии с Земельным кодексом РФ администрации могут предоставлять участки для строительства объектов в аренду на любой срок. Инвесторы часто настаивают сразу на 49 годах (это не запрещает федеральное законодательство). В итоге порой происходят неприятные случаи, когда инвестор, получив землю в аренду на 49 лет, не реализует строительство объекта в указанный в договоре аренды срок и участок (часто в центре города либо на основных магистралях) остается незастроенным. Инвестор исправно платит арендную плату, и администрация не имеет рычагов воздействия на инвестора с целью принуждения его к застройке. От этого страдает архитектурный облик города, а также бюджеты городских и областных администраций, которые недополучают налоги (на имущество, на прибыль и др.) из-за нереализованных проектов.

Анализируя рынки земельных участков в субъектах Российской Федерации, приходим к выводу, что развитие региональной градостроительной политики осложнено в первую очередь отсутствием в городах утвержденных генеральных планов застройки. В результате администрациям приходится бороться с долгосрочным неосвоением участка инвесторами и многократными перепродажами участка. От этого страдает архитектурный облик города, бюджеты всех уровней недополучают налоги и земля остается не вовлеченной в экономический оборот.

Разбор ситуации

Общие рекомендации:

В жизни каждого участника рынка едва ли не ежедневно происходит что-то новое, иногда положительное, иногда не очень. Участники рынка, экономические агенты, хотели бы иметь в своем распоряжении надежный инструментарий, который позволил бы им оценивать степень реакции спроса и предложения на те или иные изменения рыночной ситуации. И такой инструментарий есть. Это – концепция эластичности, помогающая оценивать степени чувствительности спроса и предложения к различным факторам рынка. Эластичность представляет собой базовое понятие теории потребителя. Мы можем изучать разные виды эластичностей, но фирмы с трудом могут оказать воздействие на ее величину. Получение точных количественных значений эластичности зачастую сложно или даже невозможно. Поэтому так важно научиться «угадывать» степень эластичности спроса по косвенным признакам – тем или иным высказываниям участников рынка. Для применения данного кейса целесообразно первоначально хорошо осознать виды эластичностей, выучить основные формулы и ясно представлять, чем отличается эластичный спрос (предложение) от неэластичного.

Данная практическая ситуация демонстрирует, как на основе доступной информации о состоянии дел в какой-либо отрасли можно вычислить практически точные количественные значения требуемого

показателя.

Рекомендации по ходу решения кейса:

Следует обратить внимание на то, что эластичность – это безразмерная величина, характеризующая чувствительность спроса (или предложения) к колебаниям какого-либо рыночного параметра: цены, расходов на рекламу, дохода и т.д. Эластичность показывает, в какой степени (на сколько процентов) изменяется объем покупок или продаж при увеличении или сокращении целевого параметра на один процент. Целесообразно исследовать кейсы на два типа эластичностей: точечную и дуговую, а также постараться разглядеть как можно больше разных видов эластичностей: по цене (прямая и перекрестная), по доходу, по расходам на рекламу, по расходам на инновации и т.д. Нужно помнить, что по отношению к ценовой (наиболее важной) эластичности выделяют пять категорий спроса: Эластичный спрос; Неэластичный спрос; Спрос единичной эластичности; Абсолютно эластичный спрос; Абсолютно неэластичный спрос.

Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса включают в себя:

1. Наличие товаров – заменителей (товаров – субституттов)
2. Удельный вес товара в бюджете потребителя
3. Величина дохода потребителя
4. Размер сделанного запаса
5. Период времени

Знание величины ценовой эластичности спроса позволяет компаниям разрабатывать эффективную ценовую стратегию и избегать серьезных ошибок в деле ценообразования, которые могут обойтись фирме очень дорого.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию, сделайте выводы об эластичности спроса на различных региональных рынках.
2. Предложите рекомендации, требуемые для разработки экономической стратегии.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

1. Эволюция взглядов на формирование и развитие рынков в регионах
2. Проблемы управления рынками в региональной экономике
3. Тенденции и закономерности развития рынков в регионах России
4. Совершенствование государственного воздействия на рыночные отношения в регионе
5. Факторы формирования конкуренции на рынках товаров и услуг в регионе
6. Классификация структуры регионального рынка
7. Формирование новых рынков в регионах России
8. Особенности и тенденции развития продовольственного рынка в регионе
9. Проблемы формирования рынка недвижимости в регионе
10. Рынок нефтехимической продукции в регионе
11. Тенденции развития рынка инновационной продукции в регионе
12. Влияние инновационной инфраструктуры на региональный инновационный рынок
13. Проблемы взаимодействия государства и малого бизнеса в контексте рыночной среды региона
14. Понятие регионального рынка продовольственных товаров.
15. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров.
16. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.
17. Проблемы развития продовольственного рынка в регионах России
18. Продовольственный рынок в Республике Татарстан в условиях ВТО
19. Конкурентные отношения на региональном продовольственном рынке
20. Понятие регионального рынка непродовольственных товаров
21. Структура рынка непродовольственных товаров
22. Управление развитием рынка непродовольственных товаров в регионе
23. Механизм воздействия государства на региональный рынок непродовольственных товаров в регионе

24. Проблемы регулирования непродовольственного рынка на региональном уровне

25. Непродовольственный рынок и ВТО: опыт Татарстана

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.



**2. Материалы для проведения текущей аттестации**  
**Текущая аттестация 1**

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ**  
**АТТЕСТАЦИИ №1**  
**(в форме контрольной работы)**

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

1. Из перечисленных продуктов в условии России наиболее эластичным по цене будет спрос на:

- а) яблоки
- б) картофель
- в) апельсины
- г) яйца

2. К особенностям сельскохозяйственной продукции не относится:

- а) сырьевой характер
- б) высокие цены
- в) плохая сохранность
- г) колебания качества

3. Расширение спроса на продовольствие без общего роста доходов населения достигается путем:

- а) увеличения производства продуктов питания
- б) увеличения импорта продуктов питания
- в) диверсификации доходов населения, введение прогрессивной шкалы налогообложения
- г) совершенствования показателей контроля качества

4. Состояние экономики, при котором, независимо от конъюнктуры мировых рынков, гарантируется стабильное обеспечение населения продовольствием в количестве, соответствующем научно обоснованным параметрам (предложение), и создаются условия для поддержания потребления на уровне медицинских норм (спрос) означает:

- а) продовольственная безопасность
- б) общественная безопасность
- в) экономическая стабильность
- г) адресная поддержка

5. Рациональный спрос на продукты питания обусловлен:
- а) качеством продуктов
  - б) спекулятивным спросом
  - в) внешним воздействием на ощущаемую полезность товара
  - г) дефицитом информации
6. К показателям безопасности продовольственного товара относят:
- а) стабильность товарного вида
  - б) художественную выразительность
  - в) отсутствие патогенных микроорганизмов
  - г) срок хранения
7. Товарная марка предназначена для того, чтобы:
- а) компенсировать недостающее товару качество
  - б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
  - в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
  - г) все ответы верны
  - д) правильного ответа нет
8. Товары повседневного спроса характеризуются:
- а) распространением через сеть специальных магазинов
  - б) приобретением на большую сумму денег
  - в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом
  - г) все ответы верны
  - д) правильного ответа нет
9. Чистая масса товара без упаковки
- а) брутто
  - б) нетто
  - в) бракераж
  - г) нет правильного ответа
10. Для оценки развития регионального рынка потребительских товаров используются данные:
- а) о продажах средств производства
  - б) опросов покупателей
  - в) о социальном составе населения
  - г) экспертные оценки общей экономической ситуации
11. Чтобы оценить емкость регионального рынка непродовольственных товаров, необходимо учитывать:
- а) динамику роста денежных доходов населения региона
  - б) динамику снижения денежных расходов населения СНГ

- в) динамику снижения денежных доходов населения СНГ
- г) статику денежных доходов населения региона

12. Торговые дома; оптовые ярмарки, выставки, павильоны; внешнеторговые фирмы; центры по изучению спроса и емкости рынка – относятся к субъектам:

- а) регионального рынка непродовольственных товаров
- б) регионального рынка труда
- в) регионального рынка продовольственных товаров
- г) финансового регионального рынка

13. Какие формы интеграции предприятий в сетевые формы не присущи для регионального потребительского рынка:

- а) предпринимательский союз
- б) холдинговые компании
- в) франчайзинговая сеть
- г) партнёрская сеть
- д) картель
- е) закупочная группа
- ж) консорциум

14. К крупной торговой сети с точки зрения численности персонала относится организация, насчитывающая:

- а) более 100 000 человек
- б) от 50 000 до 100 000 человек
- в) от 5 000 до 50 000 человек
- г) до 5 000 человек

15. Региональная оптовая ярмарка-выставка отличается от оптового продовольственного рынка:

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

### **Критерии оценки:**

Студент аттестован, если правильно ответил более чем на 10 вопросов.

## Текущая аттестация 2

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

### КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №2 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Региональные и локальные рынки товаров и услуг»

1. К внутренним факторам формирования товарной политики относятся (выберите несколько вариантов ответа):

- а) позиция товара;
- б) система льгот в кредитовании;
- в) желание потребителей;
- г) имидж фирмы.

2. Диверсификация — это (выберите несколько вариантов ответа):

- а) распространение хозяйственной деятельности на новые сферы;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- г) создание альянсов между компаниями, которые заинтересованы в интеграции без пере-хода прав собственности.

3. Вертикальная интеграция представляет собой:

- а) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия;
- г) принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией.

4. К типам вертикальной интеграции относятся:

- а) прямая интеграция;
- б) конгломерантная интеграция;
- в) интеграция латеральная;
- г) квази-интеграция .

5. Если предприятие, которое специализируется на изготовлении напитков, начинает изготавливать тару для напитков, то им осуществляется:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная интеграция;
- в) продольная диверсификация;
- г) связана вертикальная диверсификация.

6. На этапе внедрения товара на рынок фирма может применять такие маркетинговые стратегии:

- а) вертикальной интеграции;
- б) интенсивного маркетинга;
- в) полной диверсификации;
- г) пассивного маркетинга.

7. Различают следующие уровни товара:

- а) новый и модифицированный
- б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;
- в) товар с упаковкой; товар без упаковки;
- г) второй сорт, первый сорт, высший сорт

8. Отбор целевых рынков представляет собой:

- а) удовлетворения всех без исключения потребителей;
- б) определение места продажи своего товара;
- в) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется;
- г) определение вида продвижения товара.

9. Услуги, которые касаются объектов, которые не присутствуют в готовых изделиях

- а) услуги, связанные с арендой товара;
- б) услуги производственного назначения;
- в) потребительские услуги;

10. Систематизированный перечень всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых производителем для реализации

- а) нематериальными услугами
- б) ассортимент
- в) товарная номенклатура

11. Типы рыночной инфраструктуры по пространственному признаку:  
а) международная, национальная, межрегиональная, региональная  
б) национальная, межрегиональная, региональная, городская  
в) межрегиональная, региональная, городская, районная  
г) международная, национальная, межрегиональная, региональная, городская, районная

12. Экономический потенциал рыночной инфраструктуры включает (выберите несколько вариантов ответа)...

- а) промышленные предприятия
- б) производственные комплексы
- в) тарно-контейнерное хозяйство
- г) торговые площади и оборудование

13. Франчайзинг представляет собой:

а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли;

б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

14. Сфера обслуживания населения – представляет собой:

а) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;

б) деятельность предприятий и организаций, направления на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;

в) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

15. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

б) соответствие техническим условиям и стандартам;

в) продукт человеческой деятельности.

### **Критерии оценки:**

Студент аттестован, если правильно ответил более чем на 10 вопросов.