

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Сибирский федеральный университет
Торгово-экономический институт
Кафедра торгового дела и маркетинга**

«Маркетинг продовольственной безопасности»

**Методические указания
по выполнению контрольной работы
по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело»
заочной и заочной в сокращенные сроки форм обучения**

Красноярск 2018

Маркетинг: Методические указания по выполнению контрольной работы по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело» заочной и заочной в сокращенные сроки форм обучения / Сост. Щербенко Е.В.; Панкова Л.В. ТЭИ СФУ. – Красноярск, 2018.

Разработчик:

Щербенко Е.В

Панкова Л.В.

Утверждена на заседании кафедры маркетинга _____ 2018 г., протокол № ____.

Зав.кафедрой ТДиМ

_____ Ю.Ю. Сулова

СОДЕРЖАНИЕ

	С.
1. Цель и задачи контрольной работы	4
2. Тематика контрольных работ	5
3. Задачи для контрольных работ	15
4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	19
4.1. Основная литература	19
4.2. Дополнительная литература	19

1. Цель и задачи контрольной работы

Система продовольственного обеспечения территорий и страны в целом характеризуется положительными сдвигами в динамике параметров своего развития. Наблюдается увеличение объёмов производства и продаж продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции, растёт количество предприятий продовольственной сферы. Кроме потенциала конкурентных преимуществ территории, устойчивое развитие системы продовольственного обеспечения региона формирует социально-экономическую стабильность и определяет уровень и качество жизни его населения. Это определяет систему продовольственного обеспечения как приоритетную область интересов маркетинга. Важнейшей задачей развития системы продовольственного обеспечения является достижение параметров продовольственной безопасности, и маркетинговая составляющая как современный вектор регионального управления, направленный на повышение конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности региона, учет запросов и рост уровня жизни населения, привлечение новых жителей и экономических агентов, выступает в качестве формирующейся парадигмы социально-экономического развития.

Контрольная работа предусмотрена учебными планами подготовки бакалавров профиля «Маркетинг в торговой деятельности» направления 38.03.06 «Торговое дело» заочной и заочной в сокращенные сроки форм обучения, и включает теоретические вопросы курса, тест по одной из тем дисциплины и задачу. Контрольная работа направлена на закрепление полученных знаний и более глубокое самостоятельное освоение курса «Маркетинг продовольственной безопасности».

Контрольная работа, получившая положительную оценку «зачет», остается на кафедре, регистрируется и сдается в архив. Контрольная работа, получившая неудовлетворительную оценку «незачет», возвращается бакалавру с замечаниями преподавателя на доработку, а затем вновь на рецензирование преподавателя.

Номер варианта контрольной работы определяется преподавателем или должен соответствовать порядковому номеру в списке группы.

2. Тематика контрольных работ

Вариант 1.

1. Понятие «территориальный маркетинг» и основные положения концепции концепция маркетинга территории.

2. Целевые установки и стратегии достижения уровней составляющих маркетинга продовольственной безопасности.

3. Роль информации в системе обеспечения продовольственной безопасности.

4. Тест (выбрать ответ):

Международная межправительственная организация в области сельского хозяйства и продовольствия:

- а) ОЭСР;
- б) ООН;
- в) ФАО;
- г) ВТО;
- д) ЕС.

5. Задача № 1

Вариант 2.

1. Направления и сферы реализации территориального маркетинга.

2. Роль маркетинга при взаимодействии участников рыночных отношений в сфере продовольственного обеспечения.

3. Методы и технологии исследования товарного предложения на рынке розничных продаж продуктов питания.

4. Тест (выбрать ответ):

Продовольственное положение в мире устойчиво и имеются гарантии на случай чрезвычайных обстоятельств, если уровень переходящих запасов зерна равен:

- а) 20% от всего потребления за год;
- б) 25% от всего потребления за год;
- в) 17% от всего потребления за год;
- г) 10% от всего потребления за год.

5. Задача 2.

Вариант 3.

1. Проблемы функционирования продовольственной сферы Красноярского края.

2. Маркетинг продовольственной безопасности как концепция управления региональным рынком продовольствия.

3. Общие этапы оценки товарного предложения на рынке розничных продаж продовольственных товаров.

4. Тест (выбрать ответ):

а) США вводит эмбарго на поставки продовольствия в СССР и другие социалистические страны;

б) при ООН создается структура по вопросам сельского хозяйства и продовольствия;

в) во «Всеобщей декларации прав человека», принятой вскоре после войны были воплощены основные принципы и ценности человечества, в частности право «на пищу для всех людей в мире»;

г) мораторий американского правительства на отгрузку зерна в СССР.

5. Задача № 3.

Вариант 4.

1. Маркетинг в системе продовольственного обеспечения региона как самостоятельное направление маркетинга территории.

2. Принципы маркетинга продовольственной безопасности.

3. Порядок анализа дислокации и типизации предприятий, реализующих продовольственные товары.

4. Тест (выбрать ответ):

К внутренним факторам продовольственной безопасности уровня предприятия относятся:

а) налаженные хозяйственные связи с поставщиками сырья и конечными покупателями продукции;

б) дотации, специальная система кредитования, лизинг и иная поддержка со стороны государства;

в) созданные благоприятные условия для развития АПК;

г) ценовая политика государства.

5. Задача № 4.

Вариант 5.

1. Территория как объект маркетинга.

2. Маркетинг продовольственной безопасности как метод поиска решений.

3. Порядок, методы и показатели оценки ассортимента товаров продовольственного назначения в розничной торговой сети.

4. Тест (выбрать ответ):

К внешним факторам международной и национальной продовольственной безопасности относятся:

а) объем и структура ввоза импорта

б) продовольственная независимость страны;

в) хозяйственные связи;

г) социально-экономическая политика государства;

д) принадлежность страны к определенному союзу.

5. Задача № 5.

Вариант 6.

1. Сущность концепции маркетинга территории.
2. Маркетинг продовольственной безопасности как средство обеспечения преимуществ в конкурентной борьбе.
3. Порядок, методы и показатели анализа цен на продовольственные товары в розничной торговой сети.

4. Тест (выбрать ответ):

Какие сферы отраслей народного хозяйства включает АПК:

- а) отрасли, производящие средства производства для сельского хозяйства;
 - б) непосредственно сельскохозяйственное производство;
 - в) отрасли, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию;
 - г) отрасли, промышленного назначения.
5. Задача № 1.

Вариант 7.

1. Сфера продовольственного обеспечения региона как маркетинговая система
2. Маркетинг продовольственной безопасности: национальный уровень.
3. Процесс маркетинговых исследований на продовольственном рынке: технология и организация.

4. Тест (выбрать ответ):

Отраслевой кластер это:

- а) совокупность внутриотраслевых кластеров (крупных образований фирм), обладающих идентичными параметрами;
- б) совокупность отраслевых кластеров родственных и поддерживающих отраслей;
- в) группа фирм, характеризующихся общностью назначения продукции и осуществляющих идентичное поведение на рынке. Отрасль может быть представлена только одним кластером, когда все продавцы выступают на рынке с идентичными стратегиями. Отрасль может состоять из нескольких кластеров, т. е. групп, которые применяют на рынке свои собственные индивидуальные приемы.

5. Задача № 2.

Вариант 8.

1. Эволюция развития маркетинга в продовольственной сфере.
2. Концепция исследования системы продовольственной безопасности.
3. Этапы оценки товарного предложения на рынке розничных продаж продовольственных товаров.
4. Тест (выбрать ответ):

К какой группе «продовольственного» кластера относятся хлебопекарная, молочная и частично маслосыродельная подотрасль.

- а) заготовительный комплекс;
- б) перерабатывающий комплекс;
- в) распределительный комплекс.

5. Задача № 3.

Вариант 9.

1. Концепция маркетинга в развитии продовольственного рынка
2. Этапы организации маркетингового исследования в области проблем продовольственной безопасности.
3. Система количественных и качественных оценок состояния продовольственного рынка.

4. Тест (выбрать ответ):

Перерабатывающие отрасли пищевой промышленности как:

а) предприятия со сложной технологией, высокой степенью концентрации и территориальной локализации, такие предприятия малочисленны, но мощны. Сбытовые связи имеют межрегиональный характер;

б) предприятия многочисленны и размещены повсеместно (в каждом городе и районе края), ориентированы на массовое потребление, объёмы производства мощности зависят от численности населенного пункта.

в) оба ответа верны

5. Задача № 4.

Вариант 10.

1. Цели и содержание воздействия маркетинга территории на развитие системы продовольственного обеспечения региона.
2. Структура инструментария исследования системы продовольственной безопасности.
3. Методика исследования товарной политики на рынке розничных продаж продовольственных товаров.

4. Тест (выбрать ответ):

К товарам народного потребления не относятся:

- а) колбасные изделия и консервы;
- б) алкогольные напитки и пиво;
- в) хлеб и хлебобулочные изделия;
- г) кондитерские изделия;
- д) макаронные изделия;
- ж) рыбная продукция;
- з) масло;
- и) мука;
- к) яйца.

5. Задача № 5.

Вариант 11.

1. Направления реализации территориального маркетинга в виде сложных сфер и социально-экономических систем регионального хозяйства.
2. Соотношение понятий теоретико–прикладного исследования и отдельного прикладного маркетингового исследования в рамках проблем формирования системы продовольственной безопасности.
3. Методика исследования ценовой политики на рынке розничных продаж продовольственных товаров.
4. Тест (выбрать ответ):

В Красноярском крае выделяются несколько зон специализации сельского хозяйства: укажите соответствие.

1. Северная
 2. Подтаежная
 3. Горнопромышленная
 4. Юго-западная лесостепная и степная
- а) крупное производство овощей, картофеля, зерна, молока, яиц
 - б) молочно-мясное скотоводство в подсобных хозяйствах промышленных предприятий и личных хозяйствах населения
 - в) оленеводство, звероводство, пушной и рыбный промыслы.
 - г) молочно-мясное скотоводство со слаборазвитым земледелием
5. Задача № 1.

Вариант 12.

1. Состояние и тенденции развития системы продовольственного обеспечения Красноярского края.
 2. Маркетинговое исследование продовольственного рынка: актуальность, направления, методы и современные приемы.
 3. Современные тенденции динамики цен на продовольственные товары в розничной торговой сети.(Факторы, формирующие решения по ценам на рынке продовольственных товаров)
 4. Тест (выбрать ответ):
Входными барьерами рынка продовольственных товаров являются (определите соответствие)
- а) Экономические и организационные ограничения;
 - б) Экологические ограничения;
 - в) Ограничения по спросу;
 - г) Ограничения высокой себестоимости, не связанные с эффектом масштаба.
1. запреты природоохранных организаций на организацию и расширение производства
 2. Относительная насыщенность рынка товарами
 3. Эластичность спроса от цены
 4. Среднеотраслевая норма прибыли

5. Профессиональный и квалификационный уровень подготовки персонала.

5. Задача № 2.

Вариант 13.

1. Роль продовольственной безопасности в системе национальных интересов государства.
2. Этапы и инструменты маркетингового исследования на рынке продовольственных товаров.
3. Товарное предложение на продовольственном рынке региона: источники формирования, методы и показатели изучения
4. Тест (выбрать ответ):

В качестве уровней исследования и оценки продовольственной безопасности выделяют:

- а) международная продовольственная безопасность;
- б) мировая продовольственная безопасность;
- в) продовольственная безопасность личности;
- г) продовольственная безопасность на уровне домохозяйства;
- д) национальная продовольственная безопасность;
- е) продовольственная безопасность семьи.

5. Задача № 3.

Вариант 14.

1. Сущность и уровни формирования проблемы продовольственной безопасности
2. Маркетинговые аспекты формирования системы продовольственной безопасности региона.
3. Порядок и методы анализа дислокации и типизации предприятий, реализующих продовольственные товары.
4. Тест (выбрать ответ):

Уровень монополизации рынка характеризует:

- а) коэффициент энтропии;
- б) коэффициент Герфиндаля-Гиршмана;
- в) коэффициент Холла-Тайдмана;
- г) доля хозяйствующего субъекта.

5. Задача № 4.

Вариант 15.

1. Эволюция становления проблемы продовольственной безопасности.
2. Значение информации в процессе управления системой продовольственного обеспечения.

3. Методы и показатели оценки ассортимента товаров продовольственного назначения в розничной торговой сети.

4. Тест (выбрать ответ):

К *региональным* факторам, влияющим на величину емкости рынка относятся:

- а) демографические;
 - б) транспортные;
 - в) национально-бытовые;
 - г) политические.
5. Задача № 5.

Вариант 16.

1. Факторы влияния, процедуры и показатели оценки степени продовольственной безопасности региона.

2. Система информирования и ориентирования хозяйствующих субъектов продовольственного рынка.

3. Методы и показатели изучения цен на продовольственные товары в розничной торговой сети.

4. Тест (выбрать ответ):

При оценке эффективности создания интегрированных структур направлениями анализа выступают:

- а) абсолютная эффективность;
- б) относительная эффективность;
- в) сравнительная эффективность;
- г) расчетная эффективность.

5. Задача № 1.

Вариант 17.

1. Специфика оценки продовольственной безопасности на уровне региона.

2. Маркетинговые структуры и службы а в органах регионального управления продовольственного комплекса.

3. Процесс маркетинговых исследований на продовольственном рынке: организация, направления. методы, и проблемы проведения.

4. Тест (выбрать ответ):

По объекту прогноза выделяют:

- а) прогноз макроспроса;
- б) прогноз рыночного спроса;
- в) прогноз микроспроса;
- г) прогноз мезоспроса.

5. Задача № 2.

Вариант 18.

1. Критерии, система показателей оценки степени продовольственной безопасности региона.
2. Информационно-методическое обеспечение исследования конъюнктуры продовольственного рынка.
3. Показатели формирования товарного предложения на продовольственном рынке региона.
4. Тест (выбрать ответ):

К принципам сегментации, применяемым по отношению к потребителям продовольственных товаров относятся:

- а) географический;
- б) поведенческий;
- в) исторический;
- г) демографический.

5. Задача № 3.

Вариант 19.

1. Информационно-методическое обеспечение анализа параметров индикаторов продовольственной безопасности региона.
2. Система информационно-методического обеспечения анализа и оценки структуры рынка продовольственных товаров.
3. Система количественных и качественных оценок состояния рынка продовольственных товаров.
4. Тест (выбрать ответ):

К методам расчета емкости рынка относятся:

- а) методы на основе норм потребления;
- б) методы на основе структурных сдвигов;
- в) методы на основе индекса покупательской способности;
- г) методы на основе частоты покупок.

5. Задача № 4.

Вариант 20.

1. Показатели оценки уровня самообеспечения региона продовольственными товарами.

2. Информационно-методическое обеспечение анализа и оценки результативности отраслевого рынка.
3. Методика исследования товарной политики на рынке розничных продаж продовольственных товаров.
4. Тест (выбрать ответ):

Внутриотраслевая диверсификация – это:

- а) объединение функционально независимых предприятий различного профиля в рамках одной отрасли;
- б) объединение функционально зависимых предприятий различного профиля в рамках одной отрасли;

- в) объединение функционально независимых предприятий различного профиля в рамках разных отраслей;
 - г) объединение функционально зависимых предприятий различного профиля в рамках разных отраслей.
5. Задача № 5.

Вариант 21.

1. Показатели оценки региональных особенностей продовольственного рынка.
 2. Институциональная структура маркетингового исследования в системе продовольственного обеспечения территории
 3. Методика исследования ценовой политики на рынке розничных продаж продовольственных товаров.
 4. Тест (выбрать ответ):
Какие сферы отраслей народного хозяйства включает АПК:
 - а) отрасли, производящие средства производства для сельского хозяйства;
 - б) непосредственно сельскохозяйственное производство;
 - в) отрасли, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию;
 - г) отрасли, промышленного назначения.
5. Задача № 1.

Вариант 22.

1. Основные индикаторы социально-экономического развития продовольственной сферы региона
 2. Служба маркетинга предприятия сферы продовольственного обеспечения территории: виды, задачи, функции.
 3. Факторы, определяющие ценовую политику предприятия продовольственного рынка
 4. Тест (выбрать ответ):
К внутренним факторам продовольственной безопасности на уровне предприятия относятся:
 - а) налаженные хозяйственные связи с поставщиками сырья и конечными покупателями продукции;
 - б) дотации, специальная система кредитования, лизинг и иная поддержка со стороны государства;
 - в) созданные благоприятные условия для развития АПК;
 - г) ценовая политика государства.
5. Задача № 2.

Вариант 23.

1. Система информационно-методического обеспечения анализа и оценки продовольственной безопасности региона.

2. Маркетинг в системе продовольственного комплекса: региональный аспект.
3. Структура товарного предложения на продовольственном региональном рынке.
4. Тест (выбрать ответ):

Международная межправительственная организация в области сельского хозяйства и продовольствия:

- а) ОЭСР;
 - б) ООН;
 - в) ФАО;
 - г) ВТО;
 - д) ЕС.
5. Задача № 3.

Вариант 24.

1. Сущность понятия «Маркетинг продовольственной безопасности».
2. Анализ конъюнктуры продовольственного рынка: цель, методы и показатели.
3. Формы интеграции предприятий и организаций продовольственного комплекса.
4. Тест (выбрать ответ):

Продовольственное положение в мире устойчиво и имеются гарантии на случай чрезвычайных обстоятельств, если уровень переходящих запасов зерна равен:

- а) 20% от всего потребления за год;
 - б) 25% от всего потребления за год;
 - в) 17% от всего потребления за год;
 - г) 10% от всего потребления за год.
5. Задача № 4.

Вариант 25.

1. Субъекты и объекты маркетинга продовольственной безопасности.
2. Оценка структуры рынка продовольственных товаров.
3. Оценка интеграционных процессов на рынке продовольственных товаров: методы и показатели.

4. Тест (выбрать ответ):

В эволюции становления проблемы продовольственной безопасности 1945г. характеризуется:

- а) США вводит эмбарго на поставки продовольствия в СССР и другие социалистические страны;
- б) при ООН создается структура по вопросам сельского хозяйства и продовольствия;

в) во «Всеобщей декларации прав человека», принятой вскоре после войны были воплощены основные принципы и ценности человечества, в частности право «на пищу для всех людей в мире»;

г) введение моратория американского правительства на отгрузку зерна в СССР.

5. Задача № 5.

Вариант 26.

1. Функции и инструменты маркетинга продовольственной безопасности
2. Оценка эффективности функционирования продовольственного рынка: информационные потоки и показатели.
3. Этапы комбинированного метода анализа эффективности интеграции на продовольственном рынке.
4. Тест (выбрать ответ):

Отраслевой кластер это:

- а) совокупность внутриотраслевых кластеров (крупных образований фирм), обладающих идентичными параметрами;
- б) совокупность отраслевых кластеров родственных и поддерживающих отраслей;
- в) группа фирм, характеризующихся общностью назначения продукции и осуществляющих идентичное поведение на рынке. Отрасль может быть представлена только одним кластером, когда все продавцы выступают на рынке с идентичными стратегиями. Отрасль может состоять из нескольких кластеров, т. е. групп, которые применяют на рынке свои собственные индивидуальные приемы.

5. Задача № 1

3. Задачи для контрольных работ

Задача 1.

Оцените доходность реализованной продукции с/х организациями края и оцените динамику эффективности функционирования хозяйствующих субъектов.

Таблица 1 - Рентабельность продукции реализованной сельскохозяйственными организациями (отношение прибыли к себестоимости реализованной продукции; процентов)

	Базовый период	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год
Зерновые и зернобобовые культуры	15,7	169,4	68,7	69,1	39,2	29,6	60,3	56,3
Картофель	10,4	58,4	97,8	50,5	118,6	118,5	98,8	89,9
Овощи (открытого грунта)	66,3	115,7	109,9	19,1	9,5	23,1	12,2	47,7
Молоко и молочные продукты (в пересчете на молоко)	1,6	68,8	25,7	21,2	37,4	45,4	58,9	59,2
Мясо:								
Крупного рогатого скота	4,5	36,3	0,6	-32,1	-0,8	-2,3	-13,5	-11,4
Свиней	7,3	32,1	15,1	-23,9	41,5	37,0	29,5	17,3
Овец	1,0	118,1	-19,9	5,3	-23,8	2,1	-27,7	-36,6
Яйца	100,2	46,2	48,3	17,9	29,2	30,8	26,3	9,9
Шерсть	28,5	27,5	-52,6	-49,7	-69,1	-74,8	-78,6	-87,9

Знак (-) означает убыточность.

Задача 2.

Оцените интенсивность конкуренции на рынке молока и молочной продукции г. Красноярска посредством Герфинделя-Гершмана и Розенблюта на основании данных таблицы.

Таблица 3 - Продажа молока и молочной продукции на территории г.Красноярска в 2013г., тыс.руб.

Предприятие	Город	Объем производства, тыс. руб.	Доля, %
ООО "Орбита"	Красноярск	52602	
ООО "Тонус-2"	Красноярск	34511	
ЗАО Масло-сыр база	Новосибирск	64425	
ООО "Артекс"	Новосибирск	58740	
ООО "Арта"	Ачинск	118090	
ООО "Солти"	Кемерово	128914	
ООО "Смак"	Кемерово	60384	

ОАО "Назаровское молоко"	Назарово	156200	
АОЗТ "Назаровское"	Назарово	31542	
ЗАО "Анцирское"	Канск	19845	
ОАО "Филимоновский МКК"	ст. Филимоново	130263	
АОЗТ "Ужурское молоко"	Ужур	26405	
СПК "Березовское"	Березовка	17554	
АО "Огурское"	Балахта	34100	
АО "Еловское"	Балахта	17906	
Совхоз "Таежный"	Ст. Таежная	20988	
АОЗТ "Емельяновское"	Емельяново	13409	
ОАО "Саянское молоко"	Ст. Саянская	35612	
ООО «Крестьянский двор»	Красноярск	65280	
ОАО «Шушенское молоко»	П. Шушенский	2589	

Задача 3.

На основании таблиц - проведите оценку влияния изменения численности населения и структурных сдвигов данного показателя на спрос по кондитерской продукции, представленной на рынке г. Красноярска, а также на потребительский спрос на продукцию ЗАО «Краскон».

Таблица 4 – Исходные данные для факторного анализа покупательского спроса на кондитерскую продукцию, представленную на рынке г. Красноярска

Годы	Товарооборот в действ. ценах, млн. руб.	Индекс цен	Товарооборот в сопост. ценах, млн. руб.	Численность населения, S тыс. чел.	Товарооборот на душу населения, D руб./чел.
А	1	2	3	4	5
Прошлый	1596,1	1,0		875,2	
Отчетный	1684,9	1,13		912,1	

Таблица 5 – Исходные данные для факторного анализа покупательского спроса на кондитерскую продукцию производства ЗАО «Краскон»

Периоды	Товарооборот в действ. ценах, тыс. руб.	Индекс цен	Товарооборот в сопост. ценах, тыс. руб.	Численность населения, S тыс. чел.	Товарооборот на душу населения, D руб./чел.
А	1	2	3	4	5
Прошлый	145683	1,0		875,2	
Отчетный	153290,3	1,13		912,1	

Таблица 6 – Социальная структура и покупка товаров на душу населения

Группы населения по возрастному уровню	Численность населения, тыс. чел		Численность населения, в % к итогу		Товарооборот/ покупка на душу населения, руб./чел	
	Прошлый год	Отчетный год	Прошлый год	Отчетный год	Прошлый год	Отчетный год
	S_{i0}	S_{i1}	S'_{i0}	S'_{i1}	D_{i0}	D_{i1}
А	1	2	3	4	5	6
до 15 лет	151,2	165,6				
16-59 лет	565,1	570,2				
60 и более	158,9	176,3				
Всего:	875,2	912,1	100,0	100,0		

Задача 4

В таблице предложены данные о состоянии рынка производителей плодоовощной продукции (гипотетические данные) в разрезе регионов России.

Таблица 7 - Объемы производства плодоовощной продукции в регионах РФ

Производители плодоовощной продукции	1 год.	2 год.
1. Красноярский край	1050	1000
2. Ленинградская область	800	820
3. Ставропольский край	5080	5150
4. Курская область	2090	3111
5. Московская область	2001	2120
6. Архангельская область	530	480
7. Ивановская область	1680	1632
8. Приморский край	900	920
9. Иркутская область	1100	1300
10. Краснодарский край	5120	5100
11. Воронежская область	2500	2480
12. Липецкая область	2300	2500
13. Тульская область	1900	1960
14. Рязанская область	2150	2200

Произведите сегментацию рынка производителей в зависимости от географического положения производителей (Север, ЮГ, Запад, Восток) и от объемов выпускаемой продукции. Проанализируйте выделенные сегменты по каждому году; охарактеризуйте динамику весомости каждой из составляющих сегментов.

Задача 5

На основе данных таблиц определите потенциальную емкость рынка для любых трех предложенных товаров:

- Хлебобулочные изделия
- Молоко и кисломолочные изделия
- Мясо
- Макароны
- Масло растительное
- Чай
- Сахар
- Мука, крупа
- Соль
- Кофе
- Рыба

Таблица 1- Шкала повозрастных коэффициентов потребления

Возраст потребителей	до 1 г.	1-3	3-7	7-11	11-15	15-18	Взрослые	Пенсионеры
Коэффициент	0,2	0,35	0,5	0,65	0,8	0,9	1,0	0,9

Таблица 2. -Физиологическая норма потребления некоторых продуктов

Продукты питания	Норма потребления, кг/год
1. Хлебобулочные изделия	123,74
2. Молоко и кисломолочные изделия	460,76
3. Мясо	95,26
4. Макароны	3,65
5. Масло растительное	10,95
6. Чай	0,36
7. Сахар	26,28
8. Мука, крупа	28,84
9. Соль	4,38
10. Кофе	1,28
11. Рыба	22,95

Таблица 3 -Распределение населения региона по возрастным группам

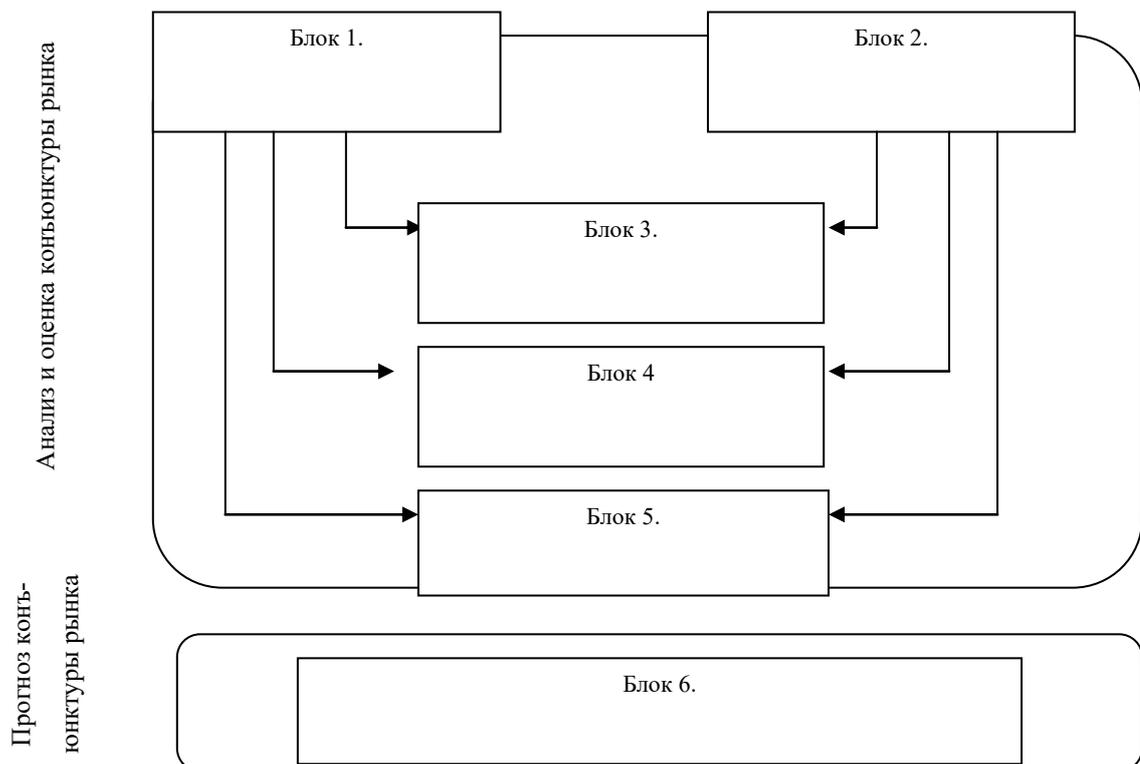
Возраст потребителей	Численность групп		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
до 1 г.	56242	55848	55313
1-3	30304	28686	27014
3-7	186242	170685	156187
7-11	324144	311699	298601
11-15	113919	112873	111545
15-18	104054	108352	112308
Взрослые	1679843	1701299	1718002
Пенсионеры	592832	586147	572092

Таблица 4- Потребность регионального рынка в определенном продукте

Возраст потребителей	Норма потребления	Коэфф. потребления	Скоррект. норма	2014 г.	2015г.	2016г.
до 1 г.						
1-3						
3-7						
7-11						
11-15						
15-18						
Взрослые						
Пенсионеры						
Итого:	-	-	-	Σ	Σ	Σ

Задача 6

Соотнесите элементы модели изучения конъюнктуры регионального рынка продовольственных товаров



1. Анализ пропорциональности рынка продовольственных товаров
2. Выявление причинно-следственных связей, условий определяющих рыночную ситуацию и прогноз конъюнктуры рынка
3. Анализ товарного предложения на продовольственном рынке
4. Изучение и оценка покупательского спроса на продовольственные товары
5. Анализ тенденций развития конъюнктуры рынка продовольственных товаров
6. Оценка региональных особенностей состояния и развития рынка

4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

4.1. Основная литература:

1. Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; ред. Г. Л. Багиев. - СПб. : Питер, 2009. - 736 с.
2. Региональные технологические платформы как инструмент инновационного развития территории: монография /В.В. Куимов, Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, Д.А. Толстой, А.О. Куимов.–М.:ИНФРА–М ; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2016.–343 с. – (Научная мысль).
3. Маркетинг в формировании системы продовольственного обеспечения регионов: Монография. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2011.- 480 с
4. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография / В.В. Куимов, Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, Л.В. Панкова.– Красноярск : Сиб.федер. ун-т, 2015. – 268 с.
5. Формирование системы продовольственной безопасности регионов: монография / Новосибирск, Изд-во «Наука», СО РАН, 2009. – 399с.

4.2. Дополнительная литература:

1. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В. Куимова. – М. ИНФРА-М, 2018. – 537 с.
2. Маркетинг в России и за рубежом: Информационно-аналитический журнал.
3. Маркетинг: Информационно-аналитический журнал.
4. Маркетинговые исследования в России: Информационно-аналитический журнал.
5. Система продовольственной безопасности региона : учеб.пособие / С.С.Фирсенко, Е.В. Щербенко ; Краснояр. Гос. Торг.-экон. Ин-т. – Красноярск, 2011. – 378 с.
6. Стратегия формирования регионального продовольственного рынка: Монография . – Красноярск: КГУ, 2002 . – 176 с.
7. Черчилль Г. Маркетинговые исследования/ Г. Черчилль, Т. Браун. – СПб.: Питер, 2007. – 704 с.