

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНБАССКАЯ АГРАРНАЯ АКАДЕМИЯ»

КАФЕДРА

Экономики



О.А. Удалых

20 19 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Аграрные рынки

(наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность 38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность  
(профиль)

Экономика предприятий и организаций АПК

(наименование профиля/специализации подготовки, при наличии)

Квалификация выпускника:

бакалавр

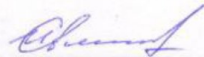
(квалификация выпускника)

Год начала подготовки: 2023

Макеевка – 2023

Фонд оценочных средств по дисциплине «Аграрные рынки» является частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций АПК и предназначен для оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся.

Разработчик(и)



(подпись)

И.Н. Святенко

(ИОФ)

(подпись)

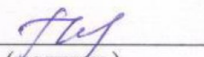
(ИОФ)

(подпись)

(ИОФ)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании ПМК кафедры экономики, протокол № 8 от 29 марта 2023 года

Председатель ПМК



(подпись)

И.Н. Гизатуллина

(ИОФ)

Фонд оценочных средств утвержден на заседании кафедры экономики, протокол № 8 от 29 марта 2023 года

Заведующий кафедрой



(подпись)

В.И. Веретенников

(ИОФ)

## Раздел 1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ «АГРАРНЫЕ РЫНКИ»

### 1.1. Основные сведения о дисциплине

| Наименование показателей       | Укрупненная группа, направление подготовки, квалификационный уровень   | Характеристика дисциплины        |                        |                             |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------------|
|                                |                                                                        | очная форма обучения             | заочная форма обучения | очно-заочная форма обучения |
| Количество зачетных единиц – 2 | Укрупненная группа 38.00.00 - «Экономика и управление»                 | Обязательная часть               |                        |                             |
|                                | Направление подготовки: 38.03.01 Экономика                             |                                  |                        |                             |
| Общее количество часов – 72    | Направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций АПК      | <b>Семестр</b>                   |                        |                             |
|                                |                                                                        | 9-й                              |                        | 9-й                         |
|                                | Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата | <b>Лекции</b>                    |                        |                             |
|                                |                                                                        | 14 ч.                            | .                      | 6 ч.                        |
|                                |                                                                        | <b>Занятия семинарского типа</b> |                        |                             |
|                                |                                                                        | 16 ч.                            |                        | 4 ч.                        |
|                                |                                                                        | <b>Самостоятельная работа</b>    |                        |                             |
|                                |                                                                        | 42 ч.                            |                        | 62 ч.                       |
|                                |                                                                        | <b>Контактная работа, всего</b>  |                        |                             |
|                                |                                                                        | 30 ч.                            |                        | 10 ч.                       |
|                                |                                                                        | <b>Вид контроля: зачет</b>       |                        |                             |

### 1.2. Перечень компетенций, формируемых дисциплиной «Аграрные рынки»

| Код компетенции | Содержание компетенции                                                                                                                                   | Планируемые результаты обучения                                         |                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                                                                                                                                                          | Наименование индикатора достижения компетенции                          | Формируемые знания, умения и навыки                                                                                                                                                                    |
| 1               | 2                                                                                                                                                        | 3                                                                       | 4                                                                                                                                                                                                      |
| ПК-3            | Способен анализировать и интерпретировать информацию, с учетом отраслевой специфики и использовать полученные данные для принятия управленческих решений | ПК-3.2. Умеет интерпретировать информацию с учетом отраслевой специфики | <i>Знание:</i> особенностей функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений                                                                                                       |
|                 |                                                                                                                                                          |                                                                         | <i>Умение:</i> определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                          |                                                                         | <i>Навык и (или) опыт деятельности:</i> выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства |

**1.3. Перечень тем дисциплины**

| Шифр<br>темы | Название темы                                                                                    | Кол-во<br>часов |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Т 1.1        | Аграрные рынки как элемент инфраструктуры АПК                                                    | 9               |
| Т 1.2        | Рыночный спрос предприятий на товары в аграрной сфере                                            | 9               |
| Т 1.3        | Рыночное предложение на товары в аграрной сфере                                                  | 9               |
| Т 1.4        | Формирование и изменение рыночных цен в аграрном секторе экономики                               | 9               |
| Т 2.1        | Экономические механизмы аграрных рынков                                                          | 9               |
| Т 2.2        | Рынок ресурсов и его особенности в аграрной сфере                                                | 9               |
| Т 2.3        | Рынок сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки                                  | 9               |
| Т 2.4        | Государственное регулирование развития и оптимизация деятельности предприятий на аграрных рынках | 7               |
|              | Другие виды контактной работы                                                                    | 2               |
| <b>Всего</b> |                                                                                                  | <b>72</b>       |

#### 1.4. Матрица соответствия тем дисциплины и компетенций

| <i><b>Шифр компетенции по ФГОС ВО</b></i> | <i><b>Шифр темы</b></i> |       |       |       |       |       |       |       |
|-------------------------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                           | Т 1.1                   | Т 1.2 | Т 1.3 | Т 1.4 | Т 2.1 | Т 2.2 | Т 2.3 | Т 2.4 |
| ПК-3                                      | +                       | +     | +     | +     | +     | +     | +     | +     |

#### 1.5. Соответствие тем дисциплины и контрольно-измерительных материалов

| №<br>ТЕМЫ       | <i><b>ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ</b></i>                             |                                          |                                                       |                                              |                                                       |                                            |
|-----------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|                 | <i><b>Тестовые задания по теоретическому материалу</b></i> | <i><b>Вопросы для устного опроса</b></i> | <i><b>Типовые задания практического характера</b></i> | <i><b>Задания для контрольной работы</b></i> | <i><b>Тематика рефератов, докладов, сообщений</b></i> | <i><b>Групповое творческое задание</b></i> |
|                 | <b>Блок А</b><br><b>Контроль знаний</b>                    |                                          | <b>Блок Б</b><br><b>Контроль умений, навыков</b>      |                                              |                                                       |                                            |
| <b>Тема 1.1</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 1.2</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 1.3</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 1.4</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 2.1</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 2.2</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 2.3</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |
| <b>Тема 2.4</b> | +                                                          | +                                        | -                                                     | -                                            | +                                                     | -                                          |

### 1.6. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Результат обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                           | Критерии и показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                            | не зачтено                                                                                                                                                                                                                                     | зачтено                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>I этап</p> <p>Знать особенности функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений<br/><b>(ПК-3 / 3.2)</b></p>                                                                                        | <p><b>Фрагментарные знания</b> особенностей функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений</p> <p><b>Отсутствие знаний</b></p>                                                                                           | <p><b>Неполные знания</b> особенностей функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений</p>                                                                                                                        | <p><b>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</b> особенностей функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений</p>                                                                                                    | <p><b>Сформированные и систематические знания</b> особенностей функционирования аграрных рынков для принятия управленческих решений</p>                                                                                    |
| <p>II этап</p> <p>Уметь определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК<br/><b>(ПК-3 / 3.2)</b></p>                                                               | <p><b>Фрагментарное умение</b> определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК</p> <p><b>Отсутствие умений</b></p>                                                                    | <p><b>В целом успешное, но несистематическое умение</b> определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК</p>                                                                   | <p><b>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение</b> определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК</p>                                                                           | <p><b>Успешное и систематическое умение</b> определять состояние аграрных рынков и выявлять возможности для оптимизации деятельности предприятий АПК</p>                                                                   |
| <p>III этап</p> <p>Иметь навыки выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства<br/><b>(ПК-3 / 3.2)</b></p> | <p><b>Фрагментарное применение навыков</b> выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства</p> <p><b>Отсутствие навыков</b></p> | <p><b>В целом успешное, но несистематическое применение навыков</b> выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства</p> | <p><b>В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыков</b> выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства</p> | <p><b>Успешное и систематическое применение навыков</b> выявления направлений развития деятельности предприятий на аграрных рынках на основе применения методов экономики и организации агропромышленного производства</p> |

## Раздел 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### Блок А

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. *Стимулирующая функция рынка заключается в экономическом стимулировании товаропроизводителей, добивающихся снижения уровня издержек путем освоения достижений НТП:*

- а) да;
- б) нет.

2. *Что не является критерием классификации рынков:*

- а) характер продаж;
- б) пространственный признак;
- в) характер влияния на общественное производство;
- г) все выше обозначенное;
- д) экономическое назначение объекта.

3. *Рынки можно классифицировать по следующим критериям:*

- а) по пространственному признаку;
- б) по степени зрелости;
- в) по состоянию инфраструктуры;
- г) по характеру продаж;
- д) по уровню насыщения;
- е) по наличию ресурсов.

4. *Может ли рынок быть дефицитным:*

- а) да;
- б) нет.

5. *Инфраструктура рынка – это:*

- а) отрасль материального производства;
- б) совокупность отраслей, обслуживающих сферу материального производства;
- в) сфера предпринимательской деятельности;
- г) комплекс социально-экономических институтов.

6. *Специфика инфраструктурных отраслей заключается в:*

- а) оказании деловых услуг;
- б) производстве материальных благ;
- в) предоставлении социально-культурных и бытовых услуг;
- г) в производстве духовных благ.

7. *Что не является элементом рыночной инфраструктуры:*

- а) таможенная система;
- б) система экономического образования;
- в) система страхования рисков;
- г) налоговая система;
- д) система общественной безопасности;
- е) кредитная система.

8. Укажите основные блоки инфраструктуры АПК:

- а) инфраструктура финансово-кредитного рынка;
- б) инфраструктура рынка труда;
- в) инновационная инфраструктура;
- г) информационная инфраструктура;
- д) инжиниринговая инфраструктура;
- е) инфраструктура рынка средств производства;
- ж) инфраструктура потребительского рынка.

9. Что не является типичным признаком российских аграрных рынков:

- а) значительное число независимых товаропроизводителей;
- б) невозможность отдельного производителя влиять на цену;
- в) наличие существенных входных барьеров;
- г) однородность и стандартизированность продукции.

10. Отметить отрасли, продукция которых формирует рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства:

- а) сельхозмашиностроение;
- б) производство минеральных удобрений;
- в) элеваторная промышленность;
- г) комбикормовая промышленность;
- д) Росагроснаб.

11. Отрасли, составляющие основу рынка материально-технических ресурсов для сельского хозяйства характеризуются:

- а) монопольной структурой;
- б) олигопольной структурой;
- в) высококонкурентной структурой;
- г) динамичной структурой.

12. По каким критериям рынок маркетинговой сферы в системе аграрных рынков делится на типы:

- а) по характеру продукции;
- б) по конкурентному поведению фирм; по отраслевой принадлежности;
- г) по географическому положению;
- д) по характеру продукции и конкурентному поведению фирм;
- е) по территориально-отраслевому признаку.

13. Сколько типов рынков выделяется в рынке маркетинговой сферы в системе аграрных рынков:

- а) один;
- б) два;
- в) три;
- г) четыре;
- д) пять.

14. Рынок сферы услуг АПК входит в состав рынка маркетинговой сферы в системе аграрных рынков?

- а) да;
- б) нет.

15. Закон конкуренции заключается в соперничестве товаропроизводителей за:



- а) экономическое процветание;
- б) получение лучших условий производства и сбыта продукции;
- в) доступ к экономически ограниченным факторам производства;
- г) новые сегменты рынка;
- д) достижение уровня общественно-необходимых затрат.

*16. Основными методами конкурентной борьбы являются:*

- а) добросовестная конкуренция;
- б) ценовая;
- в) совершенная;
- г) недобросовестная;
- д) неценовая;
- е) несовершенная.

*17. Ценовая конкуренция основывается на:*

- а) снижении издержек производства;
- б) снижении цен на товары и услуги;
- в) получение дополнительной прибыли на основе роста цен;
- г) все выше обозначенное;
- д) повышении качества продукции.

*18. Организация послепродажного обслуживания – это элемент конкуренции:*

- а) ценовой (конкуренции);
- б) неценовой;
- в) недобросовестной;
- г) внутриотраслевой;
- д) межотраслевой.

*19. Экономической предпосылкой внутриотраслевой конкуренции являются:*

- а) различия в нормах прибыли на вложенный капитал;
- б) различия в качестве используемых ресурсов;
- в) различия индивидуальных стоимостей однородных товаров;
- г) различия в экономическом влиянии на рынке.

*20. Ограничения внутриотраслевой конкуренции в аграрном секторе связаны с:*

- а) влиянием природно-климатических условий;
- б) существованием дифференциальной ренты;
- в) сезонностью производства;
- г) диверсификацией производства;
- д) государственным регулированием.

*21. Межотраслевая конкуренция предполагает борьбу экономических агентов за:*

- а) лучшие условия реализации продукции;
- б) расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- в) создание многопрофильных объединений;
- г) проникновение в более выгодные сферы приложения капитала;
- д) доступ к редким производственным ресурсам.

*22. При совершенной конкуренции на рынке взаимодействуют:*

- а) множество производителей и один потребитель дифференцированной продукции;
- б) множество производителей и множество потребителей стандартизированной продукции;

- в) один производитель и множество потребителей стандартизированной продукции;
- г) несколько производителей и множество потребителей дифференцированной продукции;
- д) один производитель и несколько потребителей уникальной продукции.

23. *Каковы условия вступления новых предприятий в отрасль с олигопольной структурой?*

- а) блокировано;
- б) наличие существенных барьеров;
- в) сравнительно легкие;
- г) отсутствие барьеров и препятствий.

24. *Характерна ли для рынка чистой конкуренции неценовая конкуренция?*

- а) да;
- б) нет;
- в) в зависимости от отрасли.

25. *Какой тип продукта характерен для рынка чистой монополии?*

- а) стандартизированный;
- б) дифференцированный;
- в) уникальный;
- г) стандартизированный и дифференцированный;
- д) дифференцированный и уникальный.

26. *Модели рынка несовершенной конкуренции характеризуются возможностями отдельных фирм влиять на:*

- а) условия реализации товаров;
- б) уровень общественно-необходимых затрат;
- в) стоимость производственных ресурсов;
- г) качество производимой продукции.

27. *Рыночная ситуация, предполагающая взаимодействие на рынке одного продавца и одного покупателя называется:*

- а) полиполия;
- б) дуополия;
- в) обоюдная олигополия;
- г) обоюдная монополия;
- д) ограниченная монополия.

28. *Обоюдная олигополия предполагает взаимодействие на рынке:*

- а) одного продавца и одного покупателя;
- б) одного продавца и нескольких покупателей;
- в) нескольких продавцов и одного покупателя;
- г) нескольких покупателей и нескольких продавцов;
- д) множества продавцов и одного покупателя.

29. *Ограниченная монополия предполагает взаимодействие на рынке:*

- а) нескольких продавцов и одного покупателя;
- б) одного продавца и нескольких покупателей;
- в) множества покупателей и множества продавцов;
- г) нескольких покупателей и нескольких продавцов;
- д) множества продавцов и одного покупателя.

30. Рыночная ситуация превышения спроса над предложением является причиной возникновения монополии:

- а) естественной;
- б) случайной;
- в) все выше обозначенное;
- г) искусственной.
- д) международной.

31. Политика государства может привести к образованию монополии:

- а) естественной;
- б) случайной;
- в) искусственной;
- г) национальной;
- д) государственной.

32. Какова степень устойчивости естественных монополий?

- а) высокая;
- б) низкая;
- в) зависит от состояния экономики.
- г) зависит от отрасли.

33. Какая монополия оказывает наиболее отрицательное влияние на эффективность экономики?

- а) естественная;
- б) случайная;
- в) искусственная.
- г) государственная;
- д) земельная.

34. В самом общем виде спрос можно охарактеризовать как:

- а) неудовлетворенную потребность;
- б) совокупную потребность;
- в) дифференцированную потребность;
- г) платежеспособную потребность;
- д) желание приобрести тот или иной товар.

35. Что не является характеристикой спроса:

- а) объем;
- б) качество;
- в) потребительский потенциал;
- г) эластичность;
- д) сезонность.

36. Что относится к факторам спроса:

- а) количество потребителей на рынке;
- б) цены на сопряженные товары;
- в) цены на факторы производства;
- г) потребительские ожидания;
- д) цели предпринимателя.

37. Что является самым важным фактором спроса:

- а) денежные доходы потребителей;
- б) цена товара;
- в) вкусы и предпочтения потребителей.

38. Согласно закону спроса повышение цены вызывает:

- а) увеличение величины спроса;
- б) сокращение совокупного спроса;
- в) уменьшение величины спроса;
- г) повышение величины предложения.

39. С помощью, каких двух эффектов теория спроса объясняет закономерности потребительского поведения:

- а) эффект вытеснения;
- б) эффект замещения;
- в) эффект Гиффена;
- г) эффект Пигу;
- д) эффект дохода.

40. Необходимо ли различать понятия «спрос» и «величина спроса»?

- а) да;
- б) нет;
- в) только на рынке сельскохозяйственного сырья и продовольствия;
- г) только на рынке факторов производства.

41. Эластичность спроса – это:

- а) реакция спроса на изменение цен;
- б) реакция спроса на изменение предложения;
- в) возрастание спроса при снижении цен;
- г) снижение спроса при сокращении предложения;
- д) реакция предложения на снижение спроса.

42. Спрос на большинство аграрных продуктов:

- а) эластичен;
- б) неэластичен;
- в) имеет единичную эластичность;
- г) имеет нулевую эластичность.

43. Эффект товаров Гиффена проявляется в:

- а) снижении объемов потребления отдельных продуктов с ростом цен на них;
- б) повышении объемов потребления отдельных продуктов с ростом цен на них;
- в) снижении цен на отдельные продукты с ростом их потребления;
- г) повышении цен на отдельные продукты с ростом их потребления.

44. Изменение величины суммарного продукта за счёт ввода в производство одной дополнительной единицы переменного фактора называется:

- а) общий продукт;
- б) средний продукт;
- в) предельный продукт.

45. Отдача от масштаба может быть:

- а) постоянная;
- б) переменная;

- в) убывающая;
- г) возрастающая;
- д) фиксированная;
- е) плавающая.

46. Предложение – это:

- а) способность произвести товары (услуги);
- б) желание произвести товары (услуги);
- в) желание и способность представить товары на рынке;
- г) суммарный объем производства продукции;
- д) абсолютный объем закупленных на рынке ресурсов.

47. Что является основным фактором предложения:

- а) цены на факторы производства;
- б) цена товара, услуги;
- в) цены на все товары, которые могут производиться конкретным предприятием;
- г) цены на товары конкурентов.

48. Влияет ли состояние технологии предприятия на его предложение товаров (услуг)?

- а) да;
- б) нет.

49. Какую зависимость между ценой величиной поставляемых товаров отражает закон предложения:

- а) прямую;
- б) обратную;
- в) пропорциональную;
- г) обратнопропорциональную.

50. Предельный продавец это тот, кто производит продукцию в условиях:

- а) благоприятных затрат;
- б) средних затрат;
- в) общественно-необходимых затрат;
- г) неблагоприятных затрат.

51. Неравномерная динамика аграрных цен может быть обусловлена:

- а) диверсификацией;
- б) циклами;
- в) технологией;
- г) случайностями.

52. В соответствии с правилами Кинга изменение предложения сельскохозяйственной продукции на 1 % ведёт к изменению цен:

- а) тоже на 1 %;
- б) больше, чем на 1 %;
- в) меньше, чем на 1 %;
- г) не влияет на изменение цен.

53. Наивысший уровень цен на сельскохозяйственную продукцию наблюдается:

- а) в зимний период;
- б) в начале уборки урожая;
- в) в предуборочный период;

- г) в послеуборочный период;
- д) в осенний период.

54. В условиях совершенной конкуренции различия в ценах между регионами соответствует главным образом:

- а) различием в издержках на перемещение товаров;
- б) различием в затратах на хранение товаров;
- в) различием в издержках на переработку продукции;
- г) цены одинаковы.

55. С повышением уровня интенсивности производства потребность в оборотных средствах возрастает по сравнению с потребностями в основных средствах:

- а) равными темпами;
- б) более высокими темпами;
- в) более низкими темпами;
- г) не возрастает вообще.

56. Диспаритет цен предполагает:

- а) пропорциональное изменение цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию;
- б) не пропорциональное изменение цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию;
- в) эквивалентный обмен между отраслями;
- г) замораживание цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию.

57. За период реформ поставки материально технических ресурсов в сельскохозяйственное производство:

- а) увеличились;
- б) сократились;
- в) не изменились;
- г) качественно изменились.

58. Выделить фактор, который не влияет на формирование рынка материально-технических ресурсов АПК:

- а) региональная структура аграрного производства;
- б) уровень интенсивности производства;
- в) совокупный спрос на ресурсы для сельского хозяйства;
- г) численность сельского населения.

59. Лизинг это вид деятельности:

- а) инвестиционной;
- б) инновационной;
- в) операционной;
- г) рыночной.

60. Лизинг это сделка:

- а) односторонняя;
- б) двусторонняя;
- в) трехсторонняя;
- г) многосторонняя.

61. Сколько типов лизинга выделяет российское законодательство:

- а) один;
- б) два;
- в) три;
- г) четыре;
- д) пять.

62. *Выделите три вида лизинга, предусмотренных Федеральным законом «О лизинге в РФ»:*

- а) оперативный;
- б) директивный;
- в) возвратный;
- г) финансовый;
- д) кредитный.

63. *Допускается ли при финансовом лизинге переход предмета лизинга в собственность лизингополучателя до окончания срока договора:*

- а) да;
- б) нет.

64. *Сколько раз предмет оперативного лизинга может быть передан лизингополучателю в течение срока амортизации:*

- а) один;
- б) три;
- в) пять;
- г) неоднократно.

65. *Равнозначны ли понятия «трудоспособное население» и «экономически активное население»:*

- а) да;
- б) нет;
- в) только в развитых странах;
- г) только в России.

66. *Арендная плата за землю состоит главным образом из:*

- а) земельного налога;
- б) нормативной цены земли;
- в) земельной ренты.

67. *Рента это:*

- а) доход на вложенный капитал;
- б) доход от участия в предпринимательской деятельности;
- в) регулярный доход не требующий от получателя предпринимательской деятельности;
- г) регулярный доход от трудовой деятельности.

68. *Монополия на землю как на объект хозяйствования служит причиной образования ренты:*

- а) дифференциальной;
- б) монопольной;
- в) абсолютной.

69. *На любых землях вне зависимости от их плодородия и местоположения образуется рента:*

- а) монопольная;
- б) абсолютная;
- в) дифференциальная.

70. *Спрос на сельскохозяйственные земли зависит от спроса на:*

- а) сельхозтехнику;
- б) сельхозпродукцию;
- в) трудовые ресурсы;
- г) импортное продовольствие.

#### Критерии и шкалы оценивания тестов

| Критерии оценивания при текущем контроле                                                            |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| процент правильных ответов менее 40 (по 5 бальной системе контроля – оценка «неудовлетворительно»); |  |
| процент правильных ответов 40 – 59 (по 5 бальной системе контроля – оценка «удовлетворительно»)     |  |
| процент правильных ответов 60 – 79 (по 5 бальной системе контроля – оценка «хорошо»)                |  |
| процент правильных ответов 80-100 (по 5 бальной системе контроля – оценка «отлично»)                |  |



## Вопросы для устного опроса

### Тема 1.1.

1. Сущность рыночных отношений, их общие особенности в аграрном секторе экономики.
2. Аграрные рынки: субъекты и объекты на рынке, классификация аграрных рынков.
3. Условия формирования аграрных рынков.

### Тема 1.2.

1. Доходность предприятий и индивидуальный спрос на товары.
2. Факторы формирования отраслевого спроса.
3. Факторы формирования спроса в аграрной сфере.
4. Эластичность спроса.

### Тема 1.3.

1. Издержки предприятий и формирование индивидуального предложения товаров.
2. Факторы формирования отраслевого предложения.
3. Эластичность предложения.

### Тема 1.4.

1. Механизм саморегуляции рынка.
2. Колебания цен в краткосрочном и долгосрочном периоде.
3. Паритет цен.
4. Обоснование государственного вмешательства на аграрных рынках: автоколебания цен, правило «паутинки», модель взаимодействия производителя и переработчика продукции сельского хозяйства.

### Тема 2.1.

1. Структура рыночных взаимодействий.
2. Кооперация и интеграция, отраслевые и региональные барьеры.
3. Экономические границы и инфраструктура аграрных рынков.
4. Методы мониторинга рынков и изменения рыночной конъюнктуры.

### Тема 2.2.

1. Рынок труда.
2. Рынок ресурсов промышленного происхождения.
3. Финансовый рынок в аграрной сфере.

### Тема 2.3.

1. Состояние, сезонные колебания цен.
2. Продовольственные балансы как инструмент изменения рынка продукции.
3. Особенности отраслевого взаимодействия производителей и покупателей.

### Тема 2.4.

1. Причины, методы и инструменты государственного регулирования.
2. Методы и инструменты оптимизации деятельности предприятия в условиях регулируемых рынков: выбор сегментов рынка, оптимизация производственной деятельности, эффективные формы сделок, эффективность объединений и слияний.

**Критерии и шкалы оценивания устного опроса**

| Критерии оценки при текущем контроле                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Оценка                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Студент отсутствовал на занятии или не принимал участия. Неверные и ошибочные ответы по вопросам, разбираемым на семинаре                                                                                                                                                                                                                                                               | «неудовлетворительно» |
| Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт расплывчатые ответы на вопросы. Описывая тему, путается и теряет суть вопроса. Верность суждений, полнота и правильность ответов – 40-59 %                                                                                                                                                                               | «удовлетворительно»   |
| Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт ответы на некоторые вопросы, то есть не проявляет достаточно высокой активности. Верность суждений студента, полнота и правильность ответов 60-79%                                                                                                                                                                       | «хорошо»              |
| Студент демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; даёт логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы. Высока активность студента при ответах на вопросы преподавателя, активное участие в проводимых дискуссиях. Правильность ответов и полнота их раскрытия должны составлять более 80% | «отлично»             |

**Блок Б**  
**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УМЕНИЙ, НАВЫКОВ**  
**ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Темы для подготовки реферата (доклада, сообщения)**

1. Индивидуальное и отраслевое предложение на рынке, факторы его формирования
2. Индивидуальный и отраслевой спрос на рынке, факторы их формирования
3. Особенности ценообразования на аграрных рынках
4. Понятие аграрного рынка, особенности аграрных рынков
5. Государственное регулирование аграрных рынков
6. Колебания и автоколебания цен в долгосрочном периоде (автоколебания). Правило паутинки и следствия для развития аграрных рынков
7. Конкуренция и колебания цен в краткосрочном периоде
8. Кооперация и интеграция как механизмы рыночных взаимодействий
9. Методы мониторинга рынков и изменения рыночной конъюнктуры
10. Механизм саморегуляции рынка
11. Выявление новых рыночных возможностей хозяйствующими субъектами АПК
12. Основные направления развития аграрных рынков и их влияние на развитие сельскохозяйственных товаропроизводителей
13. Отраслевые и региональные барьеры рынка, их преодоление.
14. Оценка новых рыночных возможностей хозяйствующими субъектами АПК
15. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок мяса и его особенности

**Критерии и шкалы оценивания рефератов (докладов)**

| Оценка              | Профессиональные компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Отчетность                                                                                                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «отлично»           | Работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Полностью соответствует поставленным в задании целям и задачам. Представленный материал в основном верен, допускаются мелкие неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с докладом. Выражена способность к профессиональной адаптации, интерпретации знаний из междисциплинарных областей                                                     | Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок. Полностью оформлен в соответствии с требованиями |
| «хорошо»            | Работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне, допущены несколько существенных ошибок, не влияющих на результат. Студент отвечает на вопросы, связанные с докладом, но недостаточно полно. Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом | Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок, но с некоторыми недоработками                    |
| «удовлетворительно» | Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом                                                                                                                                                                                                             | Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным                                          |

|                       |                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                                                                                                                                                                                 | опозданием (более недели). Имеются отдельные недочеты в оформлении                                                                        |
| «неудовлетворительно» | Работа выполнена на низком уровне. Допущены грубые ошибки. Ответы на связанные с докладом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале доклада | Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются существенные недочеты в оформлении. |

## Блок В

### ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие аграрного рынка, особенности аграрных рынков.
2. Субъекты и объекты рыночных отношений, классификация аграрных рынков.
3. Факторы и условия формирования аграрного рынка.
4. Индивидуальный и отраслевой спрос на рынке, факторы их формирования.
5. Эластичность спроса и факторы эластичности спроса на аграрных рынках.
6. Индивидуальное и отраслевое предложение на рынке, факторы его формирования.
7. Эластичность предложения и факторы эластичности предложения на аграрных рынках.
8. Особенности ценообразования на аграрных рынках.
9. Механизм саморегуляции рынка.
10. Конкуренция и колебания цен в краткосрочном периоде.
11. Колебания и автоколебания цен в долгосрочном периоде (автоколебания). Правило паутинки и следствия для развития аграрных рынков.
12. Временной фактор колебания цен на аграрных рынках. Правило паутинки и следствия для развития аграрных рынков.
13. Кооперация и интеграция как механизмы рыночных взаимодействий.
14. Экономические границы и инфраструктура аграрных рынков.
15. Методы мониторинга рынков и изменения рыночной конъюнктуры.
16. Характеристика рынка ресурсов промышленного происхождения: рынки энергетических ресурсов.
17. Характеристика рынка ресурсов промышленного происхождения: рынок недвижимости.
18. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок зерна и его особенности.
19. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок сахарной свеклы и его особенности.
20. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок масличных культур и его особенности.
21. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок молока и его особенности.
22. Государственное регулирование аграрных рынков.
23. Отраслевые и региональные барьеры рынка, их преодоление.
24. Характеристика рынка ресурсов промышленного происхождения: рынок средств производства (движимое имущество и материальные оборотные средства).
25. Характеристика финансового рынка в аграрной сфере.
26. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок мяса и его особенности.
27. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок мяса птицы и его особенности.
28. Рынок сельскохозяйственной продукции: рынок яиц и его особенности.
29. Основные направления развития аграрных рынков и их влияние на развитие сельскохозяйственных товаропроизводителей.
30. Выявление новых рыночных возможностей хозяйствующими субъектами АПК.

#### Шкала оценивания

| Зачет        | Критерии оценивания                                                                                                                                                                 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «Зачтено»    | Сформированные и систематические знания; успешные и систематические умения; успешное и систематическое применение навыков                                                           |
|              | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания; в целом успешные, но содержащие пробелы умения; в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка |
|              | Неполные знания; в целом успешное, но несистематическое умение; в целом успешное, но несистематическое применение навыков                                                           |
| «Не зачтено» | Фрагментарные знания, умения и навыки / отсутствуют знания, умения и навыки                                                                                                         |

## КОМПЛЕКТ ИТОГОВЫХ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------|---|--|--|---|-------|---|----------------------------------------------------------------|---|-------------|---|-----------------------------------------------------------------|---|---------------|---|---------------------------------------------|---|-------------------|---|-------------------------------------|--|--|---|--------------------------------------------------|--|---|---|---|---|--|--|--|--|--|
| <b>ПК-3.</b> Способен анализировать и интерпретировать информацию, с учетом отраслевой специфики и использовать полученные данные для принятия управленческих решений |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| <b>ПК-3.2.</b> Умеет интерпретировать информацию с учетом отраслевой специфики                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| Задания закрытого типа                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 1                                                                                                                                                                     | <i>Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа:</i><br><b>Инфраструктура рынка – это:</b><br>1) отрасль материального производства<br>2) совокупность отраслей, обслуживающих сферу материального производства<br>3) сфера предпринимательской деятельности<br>4) комплекс социально-экономических институтов<br><i>Ответ: 4</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 2                                                                                                                                                                     | <i>Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа:</i><br><b>Рынок в экономическом анализе и политике поддержки конкуренции – это:</b><br>1) место встречи покупателей и продавцов товара<br>2) совокупность продавцов и производителей товара<br>3) совокупность всех агентов, действующих в какой либо местности<br>4) взаимоотношения между покупателями и продавцами какого-либо товара<br><i>Ответ: 4</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 3                                                                                                                                                                     | <i>Прочитайте текст и установите последовательность:</i><br><b>Расположите в порядке логической последовательности этапы процесса производства сельскохозяйственной продукции:</b><br>1) распределение<br>2) потребление<br>3) сбор урожая<br>4) производство и переработка<br>5) выращивание<br>6) розничная торговля<br><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо</i><br><table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <i>Ответ: 534162</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 4                                                                                                                                                                     | <i>Прочитайте текст и установите соответствие:</i><br><b>Соотнесите основные термины аграрных рынков с их содержанием.</b><br><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i> <table><tr><td>А</td><td>Спрос</td><td>1</td><td>наблюдаемое количество товара, которое продавцы готовы продать</td></tr><tr><td>Б</td><td>Предложение</td><td>2</td><td>наблюдаемое количество товара, которое покупатели готовы купить</td></tr><tr><td>В</td><td>Рыночная цена</td><td>3</td><td>цена, по которой товар реализуется на рынке</td></tr><tr><td>Г</td><td>Аграрная политика</td><td>4</td><td>интересы и предпочтения покупателей</td></tr><tr><td></td><td></td><td>5</td><td>регулирующие меры правительства в аграрной сфере</td></tr></table> <i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</i> <table><tr><td></td><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <i>Ответ: А2Б1В3Г5</i> |   |                                                                 |   |  |  | А | Спрос | 1 | наблюдаемое количество товара, которое продавцы готовы продать | Б | Предложение | 2 | наблюдаемое количество товара, которое покупатели готовы купить | В | Рыночная цена | 3 | цена, по которой товар реализуется на рынке | Г | Аграрная политика | 4 | интересы и предпочтения покупателей |  |  | 5 | регулирующие меры правительства в аграрной сфере |  | А | Б | В | Г |  |  |  |  |  |
| А                                                                                                                                                                     | Спрос                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1 | наблюдаемое количество товара, которое продавцы готовы продать  |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| Б                                                                                                                                                                     | Предложение                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2 | наблюдаемое количество товара, которое покупатели готовы купить |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| В                                                                                                                                                                     | Рыночная цена                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3 | цена, по которой товар реализуется на рынке                     |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| Г                                                                                                                                                                     | Аграрная политика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4 | интересы и предпочтения покупателей                             |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5 | регулирующие меры правительства в аграрной сфере                |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                       | А                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Б | В                                                               | Г |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 5                                                                                                                                                                     | <i>Прочитайте текст и установите соответствие:</i><br><b>Сопоставьте механизмы аграрного рынка с их описаниями:</b><br><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |                                                                 |   |  |  |   |       |   |                                                                |   |             |   |                                                                 |   |               |   |                                             |   |                   |   |                                     |  |  |   |                                                  |  |   |   |   |   |  |  |  |  |  |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |   |                                                                 |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---|-----------------------------------------------------------------|
|                                                               | А                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Конкуренция       | 1 | объединение производителей для контроля цен                     |
|                                                               | Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Патентование      | 2 | способы обеспечения потребителей качественной продукцией        |
|                                                               | В                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Картели           | 3 | процесс установления цен на продукцию                           |
|                                                               | Г                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Гарантия качества | 4 | процесс, при котором множество продавцов борются за покупателей |
|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   | 5 | стратегия, позволяющая защитить интеллектуальную собственность  |
| <i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |   |                                                                 |
|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | А                 | Б | В                                                               |
|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |   |                                                                 |
| <i>Ответ: А4Б5В1Г2</i>                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |   |                                                                 |
| <i>Задания открытого типа</i>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |   |                                                                 |
| 6                                                             | <p><i>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту надежде.</i></p> <p>_____ рынка – экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления.</p> <p><i>Ответ: конъюнктура</i></p>                              |                   |   |                                                                 |
| 7                                                             | <p><i>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту надежде.</i></p> <p>_____ рынка АПК – это разделение рынков на чёткие группы покупателей (рыночные сегменты), которые могут требовать разные продукты и к которым необходимо прилагать разные маркетинговые усилия.</p> <p><i>Ответ: сегментация</i></p>                                                                                                                        |                   |   |                                                                 |
| 8                                                             | <p><i>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту надежде.</i></p> <p><b>Рыночное _____</b> - это состояние рыночной системы, при котором количество предлагаемого товара соответствует количеству спроса на него. Такая ситуация не оказывает влияние на изменение цен или объём реализуемых товаров, она стабильна, ни покупатели, ни продавцы не имеют мотивации изменить текущие условия.</p> <p><i>Ответ: равновесие</i></p> |                   |   |                                                                 |
| 9                                                             | <p><i>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту надежде.</i></p> <p>_____ - это процесс формирования цен на товары или услуги организации. Включает в себя учёт различных факторов, таких как затраты на производство, конкурентная среда, потребительский спрос, маркетинговые стратегии.</p> <p><i>Ответ: ценообразование</i></p>                                                                                             |                   |   |                                                                 |
| 10                                                            | <p><i>Прочитайте текст и впишите недостающее слово в соответствующем контексту надежде.</i></p> <p>_____ рынок – это отношения между покупателями и продавцами в сфере обмена по поводу купли-продажи ресурсов и услуг для сельскохозяйственного производства, продукции сельского хозяйства и конечного продукта АПК.</p> <p><i>Ответ: аграрный</i></p>                                                                                                       |                   |   |                                                                 |
| 11                                                            | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p><b>Отрасли, составляющие основу рынка материально-технических ресурсов для сельского хозяйства характеризуются:</b></p> <p>1) монопольной структурой</p>                                                                                                                                                                               |                   |   |                                                                 |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                                         |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----------------------------------------|---|---------------------------------------|---|-------------|---|-----------------------------------|---|----------------|---|-----------------------------------------|---|---------------------------|---|-------------------------------------|---|---|---|---|--|--|--|--|
|    | <p>2) олигопольной структурой</p> <p>3) высококонкурентной структурой</p> <p>4) динамичной структурой</p> <p>Ответ: 3</p> <p>Обоснование: Рынок материально-технических ресурсов включает в себя широкий ассортимент товаров (сельскохозяйственная техника, удобрения, семена и т.д.), что способствует созданию условий для конкуренции, где разные компании предлагают различные продукты и услуги.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |                                         |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| 12 | <p>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p><b>Спрос на большинство аграрных продуктов:</b></p> <p>1) эластичен</p> <p>2) неэластичен</p> <p>3) имеет единичную эластичность</p> <p>4) имеет нулевую эластичность</p> <p>Ответ: 1</p> <p>Обоснование: Аграрные продукты, такие как хлеб, молоко, овощи и фрукты, являются товарами первой необходимости. Для многих аграрных продуктов нет непосредственных заменителей. Потребление этих товаров не зависит сильно от изменения цен, так как люди должны их покупать для удовлетворения базовых потребностей в питании.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |                                         |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| 13 | <p>Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p><b>В соответствии с эффектом Кинга изменение предложения сельскохозяйственной продукции на 1 % ведет к изменению цен:</b></p> <p>1) тоже на 1 %</p> <p>2) больше, чем на 1 %</p> <p>3) меньше, чем на 1 %</p> <p>4) не влияет на изменение цен</p> <p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: Эффект Кинга – это ситуация на рынке, когда цены на товар колеблются в большей степени, чем объем выпуска этого товара. В частности, английский экономист Кинг описал это явление на основе наблюдения за колебаниями цен в зависимости от урожая зерновых культур.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                         |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| 14 | <p>Прочитайте текст, установите соответствие и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p><b>Сопоставьте стратегии выхода на аграрные рынки с их характеристиками:</b></p> <table><tr><td>А</td><td>Диверсификация</td><td>1</td><td>продажа продукции за пределами страны</td></tr><tr><td>Б</td><td>Партнерство</td><td>2</td><td>расширение ассортимента продукции</td></tr><tr><td>В</td><td>Прямые продажи</td><td>3</td><td>прямые контакты с конечным потребителем</td></tr><tr><td>Г</td><td>Выход на экспортные рынки</td><td>4</td><td>сотрудничество с другими компаниями</td></tr></table> <p>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</p> <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <p>Ответ: А2Б4В3Г1</p> <p>Обоснование:</p> <p>А-2: Диверсификация предполагает расширение ассортимента продуктов, предлагаемых компанией, с целью снижения рисков, связанных с зависимостью от одного типа продукции.</p> <p>Б-4: Партнерство в аграрных рынках часто включает объединение ресурсов и знаний между несколькими компаниями для достижения общей цели, будь то совместная переработка, маркетинг или распределение продукции.</p> <p>В-3: Прямые продажи подразумевают установление связи с конечными потребителями без</p> | А | Диверсификация                          | 1 | продажа продукции за пределами страны | Б | Партнерство | 2 | расширение ассортимента продукции | В | Прямые продажи | 3 | прямые контакты с конечным потребителем | Г | Выход на экспортные рынки | 4 | сотрудничество с другими компаниями | А | Б | В | Г |  |  |  |  |
| А  | Диверсификация                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1 | продажа продукции за пределами страны   |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| Б  | Партнерство                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 | расширение ассортимента продукции       |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| В  | Прямые продажи                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 3 | прямые контакты с конечным потребителем |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| Г  | Выход на экспортные рынки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4 | сотрудничество с другими компаниями     |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
| А  | Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | В | Г                                       |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |
|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                                         |   |                                       |   |             |   |                                   |   |                |   |                                         |   |                           |   |                                     |   |   |   |   |  |  |  |  |



|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|    | участия посредников.<br><i>Г-1: Выход на экспортные рынки предполагает продажу продукции за пределами страны, увеличивая объемы продаж и диверсифицируя источники дохода.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |  |  |  |
| 15 | <p>Прочитайте текст, установите последовательность и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p><b>Установите последовательность действий в цепочке создания стоимости аграрного продукта:</b></p> <p>1) продажа<br/>2) обработка<br/>3) производство<br/>4) упаковка</p> <p><i>Впишите номера ответов в ячейки в нужной последовательности</i></p> <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <p><i>Ответ: 3241</i><br/><i>Обоснование:</i><br/><i>Правильная последовательность действий в цепочке создания стоимости аграрного продукта:</i><br/><i>1. Производство: Этот этап является начальным в цепочке создания стоимости, так как именно здесь осуществляется выращивание аграрного продукта.</i><br/><i>2. Обработка: После того как продукция собрана, следующий шаг – это обработка. На этом этапе аграрные продукты подвергаются переработке для улучшения качества, увеличения сроков хранения или подготовки к продаже.</i><br/><i>3. Упаковка: Этот этап следует после обработки. Упаковка имеет важное значение для защиты продукта, увеличения сроков его хранения и привлечения внимания покупателей.</i><br/><i>4. Продажа: Последний этап – это продажа, где готовый продукт предлагается конечному потребителю или другим предприятиям.</i></p> |  |  |  |  |
|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |
| 16 | <p>Прочитайте текст, установите последовательность и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p><b>Установите последовательность этапов агрономического исследования:</b></p> <p>1) сбор данных<br/>2) постановка гипотезы<br/>3) оформление результатов<br/>4) анализ данных</p> <p><i>Впишите номера ответов в ячейки в нужной последовательности</i></p> <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table> <p><i>Ответ: 2143</i><br/><i>Обоснование:</i><br/><i>Правильная последовательность этапов агрономического исследования:</i><br/><i>1. Постановка гипотезы: Этап начинается с формулирования научного вопроса и выдвижения гипотезы.</i><br/><i>2. Сбор данных: После постановки гипотезы необходимо собирать данные, которые помогут проверить выдвинутую гипотезу.</i><br/><i>3. Анализ данных: После завершения сбора данных следует этап анализа. На этом этапе исследователь обрабатывает и интерпретирует собранные данные, чтобы выяснить, поддерживают ли они или опровергают выдвинутую гипотезу.</i><br/><i>4. Оформление результатов: Завершает процесс оформление результатов исследования. На этом этапе происходит структурирование и представление полученных данных и ваших выводов в научной или исследовательской форме.</i></p>              |  |  |  |  |
|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |
| 17 | <p>Прочитайте текст и установите последовательность</p> <p><b>Установите последовательность этапов процесса определения цен на аграрные товары.</b></p> <p><i>Ответ:</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |  |  |  |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>1) исследование спроса и предложения</p> <p>2) оценка издержек</p> <p>3) анализ цен и товаров конкурентов</p> <p>4) выработка ценовой стратегии</p> <p>5) выбор метода ценообразования</p> <p>6) установление окончательных цен</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 18 | <p>Дайте развернутый ответ на вопрос в свободной форме</p> <p><b>Какие факторы влияют на ценообразование на продукты сельского хозяйства?</b></p> <p>Ответ:</p> <p>Ценообразование на продукты сельского хозяйства формируется под влиянием ряда основных факторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Природно-географический фактор. Климатические условия и почвенные особенности определяют различные затраты на производство одних и тех же сельскохозяйственных продуктов на различных территориях и вызывают территориальную дифференциацию закупочных цен.</li> <li>- Сезонность производства и спрос на продукцию. В период уборки урожая цены на сельхозпродукцию снижаются, так как на рынке появляется большое количество продукции. В межсезонье же цены повышаются за счёт того, что продукция становится редкой и востребованной.</li> <li>- Затраты на производство. Чем больше затраты, тем выше цена.</li> <li>- Погодные условия. При благоприятных погодных условиях и высокой урожайности цены снижаются, что обусловлено ростом предложения продукции на рынке. В неурожайные годы ситуация обратная – цены растут.</li> <li>- Выбор канала и места реализации продукции. Самые низкие цены при продаже продукции непосредственно на месте её производства, что связано с отсутствием затрат на хранение и транспортировку продукции к месту продажи.</li> </ul>                                                                                                                                                |
| 19 | <p>Прочитайте вопрос и запишите краткий ответ в свободной форме</p> <p><b>По каким направлениям классифицируются материально-технические ресурсы в сельском хозяйстве?</b></p> <p>Ответ:</p> <p>Материально-технические ресурсы в сельском хозяйстве классифицируются по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- По происхождению. Выделяют природные ресурсы (земельные, водные, лесные, минеральные, а также ресурсы животного мира, солнечная энергия, энергия приливов и отливов) и экономические ресурсы (здания, машины, транспортные средства и земля).</li> <li>- По отношению к производству. Выделяют функционирующие ресурсы (задействованы в хозяйственном обороте и активно используются для обеспечения потребностей производства) и потенциальные ресурсы (резервы, которые можно вовлечь в производство для увеличения его масштабов).</li> <li>- По характеру использования. Выделяют производственные ресурсы (направлены на создание материальных благ и включают средства труда (технику, оборудование) и предметы труда (сырьё, материалы)) и непроизводственные ресурсы (создают условия для поддержания социально-культурных и бытовых потребностей населения, обеспечивая стабильный уровень жизни).</li> <li>- По способу воспроизводства. Выделяют воспроизводимые ресурсы (все созданные трудом человека вещественные материалы, которые могут быть использованы в производственном процессе) и невозпроизводимые ресурсы (полезные ископаемые, леса, водные ресурсы и др.).</li> </ul> |
| 20 | <p>Прочитайте текст и запишите краткий ответ в свободной форме</p> <p><b>На какие типы делится рынок продовольственных товаров АПК по характеру продукции?</b></p> <p>Ответ:</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><i>Рынок продовольственных товаров АПК делится на следующие типы по характеру продукции:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li><i>- Рынок сырьевых продовольственных товаров. Типичен для мукомольно-крупяной, сахарной и ряда других отраслей. Его характеризуют относительная однородность и стандартизированность продукции, реализация товаров крупными партиями.</i></li><li><i>- Рынок продовольственных товаров высокой степени переработки. Продукция, реализуемая в этой рыночной группе, относится к разряду неоднородной, высокодифференцированной. Это табачные и кондитерские изделия, консервы, обширный ассортимент готовых к употреблению продуктов.</i></li><li><i>- Рынок с относительно однородной продукцией, отличающейся низкой степенью переработки. К таким товарам относятся мясо, молоко, овощи, фрукты, мясные полуфабрикаты и так далее. Рынок отличается относительной свободой доступа на него, конкурентным ценообразованием.</i></li><li><i>- Рынок продовольственного сервиса. На этом рынке функционируют предприятия общественного питания различного типа, он отличается неоднородностью и специфичностью.</i></li></ul> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|