

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Наименование структурного подразделения Экономический институт
Кафедра «Торговое дело»
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ
Директор С. Тхор
«28» февраля 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Планирование и прогнозирование на потребительском рынке»

(наименование учебной дисциплины)

38.04.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

«Коммерческая деятельность»

(наименование магистерской программы)

Разработчик (разработчики): К.А. Болдырев
д-р экон. наук, проф. К.А. Болдырев
(должность) (подпись)

(должность)

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры «Торговое дело»
(наименование кафедры)

от «25» февраля 2025 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой К.А. Болдырев
(подпись) (ФИО)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Планирование и прогнозирование на потребительском рынке»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ.

1. Стратегия, определяемая на этапе конкурентного анализа в процессе стратегического планирования:

- А) товарная
- Б) общая
- В) конкурентная

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Методы, наиболее предпочтительные при прогнозировании спроса на потребительские товары

- А) факторного анализа
- Б) экстраполяции
- В) экспертных оценок

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Наиболее точный показатель эффективности инвестиций в условиях рыночных отношений

- А) чистая дисконтированная стоимость
- Б) индекс доходности
- В) срок окупаемости

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между принципами в планировании и их сущностными характеристиками

принципы планирования

сущностные характеристики

1) Принцип гибкости

А) Возможность изменений в результате непредвиденных обстоятельств

2) Принцип эффективности планов

Б) Соизмерение результатов и расходов, связанное с реализацией плана

3) Принцип согласования по времени

В) Необходимость создания взаимосвязанной сети производимых и вспомогательных планов

Правильный ответ:

1	2	3
А	В	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Установите соответствие между видами стратегий и их сущностными характеристиками:

Виды стратегий

Сущностные характеристики

1) Стратегия инвестирования

А) Создание нового продукта

2) Стратегия исчерпания

Б) Уход с занимаемого рынка

3) Селективная стратегия

В) Модернизация продукции

Правильный ответ:

1	2	3
А	Б	В

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Установите соответствие между видами планов и их содержанием:

Виды планов

Содержание

1) Стратегический план

А) Определение долгосрочных целей и путей их развития

2) Бизнес-план

Б) Обоснование целесообразности реализации отдельных проектов

3) Целевая программа

В) Способ решения конкретных задач в различных сферах деятельности

Правильный ответ:

1	2	3
А	В	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Установите правильную последовательность этапов жизненного цикла проекта:

А) планирование

Б) инициация

В) контроль

Г) исполнение

Правильный ответ: Б, А, Г, В.

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Установите правильную последовательность этапов формирования бизнес-плана:

А) сбор информации

Б) анализ рынка

В) моделирование

Г) написание плана

Правильный ответ: А, Б, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Установите правильную последовательность маркетингового прогнозирования:

А) определение целей предсказания

Б) сбор и анализ данных

В) анализ текущей ситуации

Г) разработка прогноза

Правильный ответ: А, Б, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите правильное пропущенное слово (словосочетание).

1. Планирование можно определить таким словосочетанием, как: _____

Правильный ответ: процесс постановки целей

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Прогнозирование можно определить, как: _____

Правильный ответ: суждение о будущем состоянии

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Методы анализа можно определить как: _____

Правильный ответ: систему категорий

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Коммерческий прогноз – это _____

Правильный ответ: оценка будущего состояния / ожидание уровня прибыли / моделирование коммерческих процессов

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Мониторинг – это _____

Правильный ответ: система наблюдений / способ исследования / инструмент регистрации

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Проектирование – это _____

Правильный ответ: процесс составления плана / способ моделирования / детализация и расчет показателей

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Задания открытого типа с развёрнутым ответом

1. Практическая задача.

Условие задачи. Цена изделия, составляла в базисном периоде 200 тыс. руб., в плановом повысилась на 10%. Пост издержки – 2000 тыс. руб., удел переменные 60 тыс. руб.

Вопрос к задаче. Определить, как изменение цены повлияет на критический объём продаж.

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

– правильность ответа;

– обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи

Для расчёта можно воспользоваться формулой: $\Delta TB = FC[1/(Ц2 - AVC) - 1/(Ц1 - AVC)]$, где новая цена составит $Ц2 = 1,1 * 200 = 220$ тыс. руб. Тогда расчёт будет таким: $\Delta TB = 2000[1/(220 - 60) - 1/(200 - 60)] = -1,78$ тыс. изд.

Обоснование ответа: Таким образом, критический объём до повышения цены составлял 1,78 тыс. изделий, а после – уменьшился на эту величину.

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

2. Практическая задача.

Условие задачи. Предприниматель решил реализовать бизнес-идею по открытию хлебопекарни. Один из показателей стратегии маркетинга заключается в том, что запланировано к концу первого года занять 1 % рынка хлебобулочных изделий России, к концу второго года – 2 %, а к концу третьего года – 5 %.

Вопрос к задаче. Необходимо определить план продаж для трех лет исходя из стратегии маркетинга

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Для прогнозирования выручки можно использовать следующие данные: средний чек – 350 рублей; количество покупателей в день – 120 человек; ежедневная выручка – 42 000 рублей; ежемесячная выручка (при условии 30-дневной работы) – 1 260 000 рублей.

Некоторые постоянные расходы пекарни: аренда помещения – 80 000 рублей в месяц; зарплаты сотрудников (5 человек) – 250 000 рублей в месяц; коммунальные услуги – 30 000 рублей в месяц; закупка ингредиентов – 300 000 рублей в месяц; реклама и продвижение – 20 000 рублей в месяц; прочие расходы – 50 000 рублей в месяц.

Обоснование ответа: Таким образом, чистая прибыль пекарни, за вычетом всех расходов, составит: 1 260 000 рублей (выручка) – 730 000 рублей (расходы) = 530 000 рублей в месяц.

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

3. Практическая задача.

Условие задачи. Цена на изделие в первом квартале составила 160 руб. Во втором увеличилась на 10%. Постоянные издержки – 1500 тыс. руб. удельные переменные издержки – 100 руб.

Вопрос к задаче. Определите, как увеличение цены повлияло на изменение критического объема продукции.

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Критический объем продаж определяется по формуле:

$\text{Спост} / (\text{Ц} - \text{Спер. ед.}),$

где

Спост – постоянные затраты в целом по предприятию, р.;

Спер. ед. – переменные затраты на единицу продукции, р.;

Ц – цена единицы продукции, р.;

Таким образом, критический объем продаж в 1 квартале =

$$1500 / (160 - 100) = 25$$

критический объем продаж во 2 квартале =

$$1500 / (160 + 160 * 0,1 - 100) = 19,7$$

Значит увеличение цены привело к уменьшению критического объема продукции на $25 - 19,7 = 5,3$.

Обоснование ответа: увеличение цены привело к уменьшению критического объема продукции.

Компетенции (индикаторы): ПК-6 (ПК-6.2)

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
Экономического института



Е.Н. Шаповалова