

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.02.2021 08:37:51

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fba123726a1608b614b371828616255801f398f91311751fca1

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВЕЛЮРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
В.Я.ГОРИНА»

Кафедра экономической теории и экономики АПК

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«17» июня 2020 г., протокол № 13

Заведующий кафедрой



Китаёв Ю.А.

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Основы экономической теории

(наименование дисциплины)

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

(код и наименование специальности)

Специалист по земельно-имущественным отношениям

Квалификация (степень) выпускника

п. Майский, 2020 г.

**ПАСПОРТ  
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине  
«Основы экономической теории»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Экономика как наука	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4, ПК 1.1 ,ПК1.2,ПК1.3.ПК 1.4., ПК1.5.,ПК 2.1., ПК2.2, ПК2.3, ПК2.4,ПК 2.5, ПК 3.1.,ПК 3.2, ПК 3.3,ПК 3.4,ПК 3.5, ПК-4.1,ПК 4.2, ПК 4.3.,ПК 4.4.ПК4.5,ПК4.6	Реферат, тест
2	Тема 2. Экономика как хозяйство	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4, ПК 1.1 ,ПК1.2,ПК1.3.ПК 1.4., ПК1.5.,ПК 2.1., ПК2.2, ПК2.3, ПК2.4,ПК 2.5,	Реферат, тест, комплект разноуровневых задач (заданий)
3	Тема 3 Основы рыночной экономики	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4 ПК 3.1.,ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК-4.1,ПК 4.2, ПК 4.3.,ПК 4.4.ПК4.5,ПК4.6	Реферат, тест, комплект разноуровневых задач (заданий)
4	Тема 4 Совершенный рынок	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4 ПК 1.1 ,ПК1.2,ПК1.3.ПК 1.4., ПК1.5.,ПК 2.1., ПК2.2, ПК2.3, ПК2.4,ПК 2.5, ПК 3.1.,ПК 3.2,ПК 3.4, ПК 3.5, ПК-4.1,ПК 4.2, ПК 4.3.,ПК 4.4.ПК4.5,ПК4.6	Комплект разноуровневых задач (заданий), реферат, тест деловая (ролевая) игра
5	Тема 5. Рынки ресурсов	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4, ПК2.2, ПК2.3, ПК2.4,ПК 2.5, ПК-4.1,ПК 4.2, ПК 4.3.,ПК 4.4.ПК4.5	Реферат, тест, деловая (ролевая) игра
6	Тема 6. Основные макроэкономические показатели	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4, ПК 1.1 ,ПК1.2,ПК1.3, ПК 3.1.,ПК 3.2,ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 4.1,ПК 4.2, ПК 4.3.,ПК 4.4.ПК4.5,ПК4.6	Реферат, тест
7	Тема 7. Основные макроэкономические теории	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОК-4, ПК 1.1 ,ПК1.2,ПК1.3, ПК 3.1.,ПК 3.2,ПК 3.4,	Реферат, тест, комплект разноуровневых задач (заданий)

		ПК 3.5, ПК-4.1, ПК 4.2, ПК 4.3., ПК 4.4. ПК4.5, ПК4.6	
8	Тема 8. Основы макроэкономической политики.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ПК 1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК 3.1., ПК 3.2, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК-4.1, ПК 4.2, ПК 4.3., ПК 4.4. ПК4.5, ПК4.6	Реферат, тест, комплект разноуровневых задач (заданий)
9	Экзамен	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4 ПК 1.1, ПК1.2, ПК1.3. ПК 1.4., ПК1.5., ПК 2.1., ПК2.2, ПК2.3, ПК2.4, ПК 2.5, ПК 3.1., ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК-4.1, ПК 4.2, ПК 4.3., ПК 4.4. ПК4.5, ПК4.6	Вопросы для подготовки к экзамену

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет им. В. Я. Горина»

Кафедра экономической теории и экономики АПК

### Вопросы для подготовки к экзамену

по дисциплине «Основы экономической теории»

1. Предмет науки экономика
2. Основные понятия экономики
3. Понятие и сущность маркетинга
4. Понятие менеджмента: история развития, управленческие революции.
5. Научные школы менеджмента
6. Управленческое решение: основные черты и виды
7. История возникновения маркетинга
8. Основные понятия маркетинга (нужда, потребность, обмен, запрос)
9. Виды спроса и типы маркетинга
10. SWOT- анализ
11. BCG- анализ (матрица БКГ)
12. ABC-анализ
13. Цели и задачи маркетинга
14. Эволюция концепций маркетинга
15. Процесс маркетинга и его функции
16. Комплекс маркетинга
17. Маркетинговая среда
18. Маркетинговые исследования
19. Процесс маркетингового исследования
20. Методы маркетинговых исследований
21. Типы потребителей
22. Стадии жизненного цикла семьи
23. Потребности как движущий мотив потребительского поведения
24. Модель покупательского поведения
25. Процесс принятия решения о покупке
26. Сегментация рынка: сущность, цель
27. Стратегии охвата рынка
28. Выбор целевого сегмента
29. Позиционирование товара
30. Понятие товара в маркетинге
31. Классификация товара
32. Жизненный цикл товара
33. Качество и конкурентоспособность товара
34. Разработка новых товаров
35. Товарный ассортимент

36. Товарный знак, торговая марка и бренд
37. Упаковка и маркировка товара
38. Сервис и гарантийное обслуживание
39. Сущность и роль ценовой политики
40. Маркетинговые ценовые стратегии
41. Методы ценообразования
42. Политика повышения/снижения цен
43. Сбытовая политика и ее задачи
44. Каналы и методы сбыта
45. Организация товародвижения и логистика
46. Посредники и их классификация
47. Организация оптовой и розничной торговли
48. Комплекс маркетинговых коммуникаций
49. Реклама: разработка и реализация рекламной кампании
50. Оценка эффективности рекламы
51. Методы стимулирования сбыта
52. Методы персональных продаж
53. «Паблик рилейшнз» (связи с общественностью)
54. Управление маркетингом
55. Контроль в маркетинге
56. Основные типы организационных структур маркетинга
57. Виды стратегического анализа
58. Формирование рыночной стратегии
59. Особенности и функции сельскохозяйственного маркетинга
60. Маркетинговая деятельность на предприятиях агропромышленной сферы

**Критерии оценки:**

**Отметка «отлично»** - студент, глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, в ответе увязывается теория с практикой, он показывает знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает решение задачи.

**Отметка «хорошо»** - студент, твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач.

**Отметка «удовлетворительно»** - студент знает только основной материал, но не усвоил его деталей, допускает в ответе неточности, недостаточно правильно формулирует основные законы и правила, затрудняется в выполнении практических задач.

**Отметка «неудовлетворительно»** - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с затруднениями выполняет практические задания.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.М. Ечин

(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202 \_\_\_\_ г.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет им. В.Я.Горина»**

Кафедра экономической теории и экономики АПК

**Деловая (ролевая) игра**

по дисциплине «Основы экономической теории»

**1 Тема (проблема) «В рынке»**

**2 Концепция игры**

1. В общерыночном пространстве действуют  $N$  независимых фирм. Они одновременно делают ход, который остается коммерческой тайной для партнеров до конца игры. Есть только 5 вариантов хода.

- «вольный бизнес» - предпринимательство с пренебрежением к законодательству и договоренностям. Этот ход дает максимальный выигрыш в очках (при отсутствии у какой-либо фирмы хода 4 – «штраф»). При наличии хода 4, фирма с ходом 1 теряет 20 очков. Одновременно, в любом случае, этот ход ухудшает конъюнктуру на 1 клетку в игровой матрице.

- «законный бизнес» - соблюдение всех правил и договоренностей, приносит меньше прибыли, чем ход 1. Ход не меняет конъюнктуру на рынке и не попадает под штраф.

- «госзаказ» - практически выход из рынка ради получения от государства низкого, но стабильного дохода – 8 очков. Ход не штрафуются.

- «штраф» - во время этого хода фирмы нарушители штрафуются на 20 очков, но и сам штрафующий несет убытки 8 очков. Величина штрафа и убытки штрафующих не зависят от числа штрафов.

- «улучшение рынка» - мероприятия по привлечению потребителей (реклама, демпинг, маркетинговые мероприятия). Приносит затраты (убыток) 8 очков, но улучшает конъюнктуру на одну позицию.

2. Каждая команда, делая ход, записывает его код в «учетную форму игры». Информация о сделанном ходе передается представителем команды с помощью талона – извещения в информационный центр. В талоне помечается № команды, месяц и код хода. Ведущий помечает общую сводку о сделанных ходах с соблюдением коммерческой тайны. Одновременно ведущий передвигает флажок на игровом поле. В информационном центре ведется учет деятельности всех фирм (конфиденциально) и контрольный подсчет их финансового состояния. Бухгалтер каждой фирмы тоже ведет соответствующий подсчет.

3. Игра начинается с того, что каждая команда выбирает название, девиз и директора, который организует работу, принимает окончательное решение о ходе и заполняет талон – извещение. Через 12 месяцев назначается собрание, на котором директора могут переизбрать. Директор назначает бухгалтера и коммерческого директора. Коммерческий директор представляет фирму на

собраниях представителей. На собрании представителей обсуждается ситуация на рынке и вырабатываются рекомендации для директоров (при этом директора сохраняют право на самостоятельное принятие решений).

4. Цель каждой команды заработать как можно больше очков.

5. Соперничества происходят в 6, 12, 18 месяцах.

### **3 Роли:**

- Участники игры разделяются на N число команд, образуя фирмы.

**4 Ожидаемый (е)результат (ы)** Задача каждой команды набрать как можно больше очков в процессе деловой игры.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту или группе студентов, если в процессе игры они набрали наибольшее среди всех количество баллов;

- оценка «хорошо» выставляется студенту или группе студентов, если они в процессе игры активно проявили себя и набрали достаточное количество баллов, но не победили в игре;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту или группе студентов, если они активно принимали участие в игре, однако не добились в ней положительных результатов;

- оценка «неудовлетворительно», выставляется студенту не принимавшему активное участие в игре или отказавшемуся принимать участие в игре.

- оценка «зачтено» выставляется студенту или группе студентов принимавшим активное участие в игре;

- оценка «не зачтено» не принимавшим активное участие в игре или отказавшимся принимать участие в игре.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.М. Ечин

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

(подпись)

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет  
им. В.Я.Горина»**

Кафедра экономической теории и экономики АПК

**Фонд тестовых заданий**  
по дисциплине «Основы экономической теории»

**Тест**

<b>1</b>	<b>Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой рыночной экономики является [?] собственность».</b>
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
<b>2</b>	<b>Вставьте пропущенное в тексте слово: «Основой командной экономики является [?] собственность».</b>
А	государственная
Б	частная
В	кооперативная
Г	иностранная
<b>3</b>	<b>Сокращение числа продавцов на рынке до одного.</b>
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
<b>4</b>	<b>Переход предприятий (средств производства) из собственности государства в частную собственность.</b>
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
<b>5</b>	<b>Переход предприятий (средств производства) из частной собственности в собственность государства.</b>
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
<b>6</b>	<b>Уменьшение золотого содержания денежной единицы в условиях золотого стандарта.</b>
А	Девальвация
Б	Национализация
В	Приватизация
Г	Монополизация
<b>7</b>	<b>Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных на территории данной страны в течение отчетного периода.</b>



А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
<b>8</b>	<b>Рыночная стоимость всей совокупности конечных товаров и услуг, произведенных гражданами данной страны в течение отчетного периода.</b>
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
<b>9</b>	<b>Рекомендованная ООН современная система сбора и обработки информации для макроэкономического анализа национальной экономики.</b>
А	СНС
Б	ВВП
В	ЧВП
Г	ВНП
<b>10</b>	<b>Объём ВВП в ценах текущего года.</b>
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
<b>11</b>	<b>Объём ВВП в ценах базисного года.</b>
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
<b>12</b>	<b>Объём ВВП, который может производить национальная экономика при условии полной занятости.</b>
А	Номинальный ВВП
Б	Реальный ВВП
В	Дефлятор ВВП
Г	Потенциальный ВВП
<b>13</b>	<b>Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «предложение».</b>
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
<b>14</b>	<b>Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «цена товара».</b>
А	P
Б	Q
В	D
Г	S
<b>15</b>	<b>Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «количество товара».</b>
А	P
Б	Q
В	D
Г	S

<b>16</b>	<b>Этой буквой английского алфавита в экономической литературе обозначается «спрос».</b>
А	Р
Б	Q
В	D
Г	S
<b>17</b>	<b>Вид безработицы, обусловленный невозможностью заполнения массы вакантных мест из-за отсутствия требуемой профессиональной подготовки у безработных.</b>
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
<b>18</b>	<b>Вид безработицы, обусловленный неполной занятостью работающих (неполный рабочий день, неполная рабочая неделя).</b>
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
<b>19</b>	<b>Вид безработицы, обусловленный отсутствием массы вакантных мест из-за экономического кризиса в стране.</b>
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица
<b>20</b>	<b>Вид безработицы, обусловленный добровольным увольнением работников по собственному желанию в связи с переездом в другое место для улучшения условий жизни.</b>
А	Структурная безработица
Б	Фрикционная безработица
В	Циклическая безработица
Г	Скрытая безработица

### **Критерии оценки:**

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно следующим образом перевести проценты в стандартные оценки.

### **Перевод процентов правильных ответов в стандартные оценки:**

90 – 100% «отлично»

70 – 89 % «хорошо»

50 – 69 % «удовлетворительно»

менее 50 % «неудовлетворительно»

Составитель \_\_\_\_\_ Н.М. Ечин

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202 \_\_\_\_ г.

(подпись)

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет  
им. В.Я.Горина»**

Кафедра экономической теории и экономики АПК

по дисциплине «Основы экономической теории»

**Перечень тем рефератов**

1. Происхождение понятий «экономика» и «экономия»
2. Экономическая наука прошлого, настоящего и будущего
3. Типы руководителей.
4. Микроэкономика и её значение
5. Макроэкономика и её значение
6. Деятели экономической науки прошлого
7. Модели экономических систем
8. Виды экономических систем
9. Основные макроэкономические показатели, дающие оценку экономическому развитию нашей страны
10. Условия для увеличения национального дохода
11. Типы экономического роста: положительные и отрицательные стороны.
12. Место и роль предпринимательской деятельности в экономике
13. Организация как система, ее черты и свойства.
14. Виды ресурсов используемые в организации
15. Организационная культура.
16. Миссия организации.
17. Навыки руководителя.
18. А. Файоль. Административные принципы управления.
19. Ф. Тейлор. Научный менеджмент.
20. А. Маслоу. Движение человеческих ресурсов.
21. Бихевиористский подход к деятельности организации
22. Модели корпоративного управления: Американская, Немецкая и Японская.
23. Организационные структуры управления: линейная, функциональная и матричная.
24. Организация как функция управления и как процесс.
25. Опыт управленческой деятельности зарубежных фирм
26. Маркетинг в России – новейшая история.
27. Уровень конкуренции на рынке и концепции маркетинга.
28. Система маркетинга на предприятии.
29. Методы сбора маркетинговой информации.
30. Обработка маркетинговой информации.
31. Выборочные исследования и их достоверность.
32. Уровни отраслевой конкуренции по М. Портеру.

33. SWOT-анализ предприятия.
34. Жизненный цикл организации.
35. Жизненный цикл товара.
36. Определение ёмкости рынка.
37. Сегментация рынка.
38. Позиционирование на рынке.
39. Основные этапы построения службы маркетинга.
40. Эффективность деятельности предприятия и эффективность маркетинга на предприятии.

## Структура реферата

### Структура реферата:

- 1) титульный лист;
- 2) план работы с указанием страниц каждого вопроса, подвопроса (пункта);
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты, подпункты) с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть реферата).

Приложения располагаются последовательно, согласно заголовкам, отражающим их содержание.

## КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕФЕРАТА

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста Макс. - 20 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 30 баллов	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 20 баллов	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 15 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильное оформление ссылок на используемую литературу;</li> <li>- грамотность и культура изложения;</li> <li>- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;</li> <li>- соблюдение требований к объему реферата;</li> <li>- культура оформления: выделение абзацев.</li> </ul>
5. Грамотность Макс. - 15 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;</li> <li>- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;</li> <li>- литературный стиль.</li> </ul>

Реферат оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

- оценка «отлично» выставляется студенту, набравшему от 86 до 100 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, от 68 до 85 баллов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, набравшему от 51 до 67 баллов;
- оценка «неудовлетворительно», выставляется студенту, набравшему менее 51 балла.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.М. Ечин  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_\_\_ г.

(подпись)

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет им. В.Я.Горина»**

Кафедра экономической теории и экономики АПК

**Комплект разноуровневых задач (заданий)**

по дисциплине «Основы экономической теории»

<b>Задания 1-го уровня (репродуктивного).</b>	Функция спроса и предложения $Q_d = 100 - 2P$ , $Q_s = 5P - 40$ . Определить равновесную цену и равновесный объем продаж. Построить графическую модель рынка
<b>Задания 2-го уровня (реконструктивного).</b>	Спрос и предложение товара описываются уравнениями: $Q_D = 1000 - 40P$ ; $Q_S = 300 + 30P$ . Определить параметры равновесия на рынке данного товара. Построить графическую модель рынка. Определить последствия установления государственной цены на данный товар на уровне 7 д.е.
<b>Задания 3-го уровня (творческого).</b>	Известны функция спроса товара: $Q_D = 50 - P$ и функция предложения $Q_S = 2P - 10$ . Определите излишек потребителя и излишек производителя на рынке данного товара. Показать графически.

**Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если задача решена без ошибок или с минимальным количеством ошибок.
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если задача не решена или решена неверно.

Составитель \_\_\_\_\_ Н.М. Ечин

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_\_\_\_ г.

(подпись)