

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Панарин Андрей Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.07.2026 11:05:27
Уникальный программный ключ:
a5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПСИХОЛОГО-СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90/Л01 № 0008476 (бессрочная)
Исключение из реестра государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Кафедра «Менеджмента и маркетинга»

**Фонд
оценочных средств
по дисциплине: «Маркетинг»**

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки - **44.03.04 Профессиональное обучение (по
отраслям)**

Направленность (профиль) – **Экономика и управление**

Москва

2026 год набора

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы ПК-5.1 и ПК-5.2, ПК-5.3.

Код и описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5. Способность осуществлять мониторинг конъюнктуры финансовых и товарно-сырьевых рынков и проводить консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг.	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>
	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>
	ПК-5.3. Умеет осуществлять мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине «Общий менеджмент» (оценочные средства).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

ВАРИАНТ 1

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения/ Время выполнения
ПК-5.1 - представлена в виде заданий закрытого типа.		
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ.</i> 1. Какая из 4Р маркетинга отвечает за коммуникацию с целевой аудиторией? a) Product (Продукт) b) Price (Цена) c) Place (Место) d) Promotion (Продвижение)	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ.</i> 2. Что такое сегментация рынка? a) Разделение рынка на группы покупателей с идентичными потребностями. b) Разделение рынка на географические регионы.	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты

с) Разделение рынка на группы конкурентов д) Разделение рынка на группы товаров.		
Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 3. Что представляет собой маркетинг «микс», обозначаемый как 4Р? а) Обозначение продукта, цены, места и продвижения б) Сочетание продукта, работников, руководителей и цены. с) Сочетание места, менеджеров, рекламы и продвижения д) Обозначение рекламы, места, исполнителей, продукта	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
Прочитайте текст, выберите правильный ответ 4. Что такое исследование рынка? а) Сбор и анализ максимально возможной информации о рынке б) Панель и опрос потребителей. с) Анализ конкурентов. д) Анализ продаж конкурентов.	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
Прочитайте текст, выберите правильный ответ. 5. Какой тип рекламы наиболее эффективен для создания узнаваемости бренда? а) Прямая почтовая рассылка. б) Реклама в социальных сетях. с) Телевизионная реклама. д) Тип зависит от целевой аудитории и продукта	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 6. Удовлетворяющие схожие потребности товары разных производителей, способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя а) марки-конкуренты б) желания-конкуренты с) товарно-видовые конкуренты д) товарно-родовые конкуренты	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 7. Потребности, которые покупатель, возможно, захочет удовлетворить, имея некоторую нужду а) марки-конкуренты б) желания-конкуренты с) товарно-видовые конкуренты д) товарно-родовые конкуренты	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты

Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 8. Определённая группа, проявляющая интерес к продукту данного предприятия и оказывающая влияние на его способность извлекать доход в процессе хозяйственной деятельности. a) местная группа b) контактная группа c) контактная аудитория d) широкая публика	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	
Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 9. Что такое CRM-система? a) Система управления взаимоотношениями с клиентами b) Система управления производством c) Система управления финансами. d) Система управления персоналом.	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 10. Что такое позиционирование «против конкурента»? a) Позиционирование, которое подчеркивает преимущества продукта по сравнению с продуктами конкурентов b) Позиционирование, которое игнорирует конкурентов. c) Позиционирование, которое копирует конкурентов. d) Позиционирование, которое не имеет отношения к конкурентам.	ПК-5.1. Знает экономические и финансово-обоснованные понятия в области финансового консультирования.	Базовый 1-3 минуты
ПК-5.2 - представлена в виде Кейсов закрытого типа.		

Прочитайте текст и установите соответствие 1. Установите соответствие между наименованием и содержанием целевой аудитории, представленной на основе методики VALS (Values and Lifestyles – в переводе «Ценности и стиль жизни»)				ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут
1.Инноваторы	2.Мыслители	3.Последователи	4.Выживающие		
А. Клиенты, интересующиеся самыми новыми и технологичными товарами, всегда ищут качественные продукты	Б. Клиенты, предпочитающие проверенные бренды, редко пробующие новинки;	В. Клиенты, которые перед покупкой ищут и анализируют информацию о товаре, стараются ориентироваться на сочетание функциональности и стоимости	Г. Клиенты, которые выбирают товары с низкой стоимостью и доверяют только тем брендам, которые прекрасно знают		
Ответы: 1- А; 2-В;3-Б;4-Г.					
Прочитайте текст и установите соответствие 2. Установите соответствие между наименованием и содержанием критерия сегментирования рынка				ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут
1.Доступность	2.Измеримость	3.Потенциал	4Устойчивость		
А. Возможность представить сегмент в цифрах, то есть подсчитать количество клиентов и определить их покупательную способность	Б. Ситуация, при которой каналы продаж открыты, а затраты на их освоение не превышают возможности	В. Оценка объемов прибыли, которую можно получить, сотрудничая с конкретной группой потребителей, такая оценка позволит иметь реальные ожидания	Г. Ситуация, при которой сегмент постоянен, либо можно заранее спрогнозировать его изменение или исчезновение.		
ОТВЕТЫ: 1- Б; 2-А;3-В;4-Г.					
Прочитайте текст и установите соответствие 3.Оценивая маркетинговую деятельность Бостонской консалтинговой группы в виде Матрицы, можно представить в таблице.				ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов.	Повышенный 3-5 минут
Категория (Р4)	Маркетинговые решения				
1. Продукт	А. Установление системы скидок и условия кредитования				

2. Цена	Б. Выбор каналов распределения и мест продаж										
3. Место	В. Управление брендом и дизайном										
4. Продвижение	Г. Проведение рекламной кампании в социальных сетях										
Вам необходимо: соотнести тип стратегической бизнес-единицы с её характеристикой на рынке. Ответ: 1-Б, 2-В, 3-Г, 4-А.											
Прочитайте текст и установите соответствие 4.С целью определения проблем и выявления преимуществ предприятия, Вам, как руководителю службы маркетинга ООО БИК дали задание провести «SWOT-анализ». Вы определили практические условия, которые представлены в таблице. Вам необходимо соотнести факторы SWOT-анализа с примерами из практики предприятия. <table><tr><td>1. Сильные стороны</td><td>А. Появление на рынке сильного иностранного конкурента</td></tr><tr><td>2. Слабые стороны</td><td>Б. Наличие уникального патента на технологию</td></tr><tr><td>3. Возможности</td><td>В. Высокий износ производственного оборудования</td></tr><tr><td>4. Угрозы</td><td>Г. Снижение налоговых ставок для отрасли</td></tr></table>		1. Сильные стороны	А. Появление на рынке сильного иностранного конкурента	2. Слабые стороны	Б. Наличие уникального патента на технологию	3. Возможности	В. Высокий износ производственного оборудования	4. Угрозы	Г. Снижение налоговых ставок для отрасли	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут
1. Сильные стороны	А. Появление на рынке сильного иностранного конкурента										
2. Слабые стороны	Б. Наличие уникального патента на технологию										
3. Возможности	В. Высокий износ производственного оборудования										
4. Угрозы	Г. Снижение налоговых ставок для отрасли										
ПК-5.2 - представлена в виде Кейсов закрытого типа.											
Прочитайте текст и установите последовательность 1. С целью реализации маркетинговой политики предприятия ООО «Протон», необходимо составить дорожную карту этапов управленческих решений в области маркетинга. Из предложенных к реализации вариантов мероприятий, Вам необходимо установить правильную последовательность этапов маркетинговой деятельности на предприятии. А) Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микс 4Р) Б) Анализ рыночных возможностей и маркетинговая среда В) Реализация маркетинговых мероприятий и контроль Г) Отбор целевых рынков (сегментирование, таргетинг, позиционирование) Ответ: Б — Г — А — В		ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут								

Прочитайте текст и установите последовательность 2. Оцените работу отдела логистики ООО «Черемушки» в рамках принятия решений классического управления. С целью снижения нагрузки на логистический отдел, предлагается применить в управлении классическую модель поведения потребителя. Вам необходимо установить правильную последовательность этапов классической модели поведения потребителя в логическом порядке. А) Поиск информации Б) Осознание проблемы (потребности) В) Решение о покупке Г) Оценка вариантов Д) Реакция на покупку (послепокупочная оценка) Ответ: Б — А — Г — В — Д	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов.	Повышенный 3-5 минут
Прочитайте текст и установите последовательность 3. С целью создания новой организационной структуры (отдел инноваций и маркетинговых исследований) и внедрения инноваций в маркетинговую деятельность на предприятии ООО «Экос», директор предлагает применить научный подход в реализации управленческих решений. Расставьте действия руководителя данного отдела в последовательности, соответствующей научному подходу в маркетинге. А) Сбор данных («полевые» работы) Б) Определение проблемы и целей исследования В) Представление полученных результатов (отчет) Г) Разработка плана исследования (дизайн) Д) Анализ данных и интерпретация результатов Ответ: Б — Г — А — Д — В	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов.	Повышенный 3-5 минут

Прочитайте текст и установите последовательность 4.В рамках деятельности предприятия по продвижению товаров и реализации их на рынке, необходимо принять управленческие решения на основе определения стадии жизненного цикла товара. Расположите стадии жизненного цикла товара в порядке их протекания на рынке. А) Зрелость Б) Выведение на рынок (внедрение) В) Спад Г) Рост Ответ: Б — Г — А — В	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут
Прочитайте текст и установите последовательность 5.При разработке маркетингового плана в организации, Вам необходимо определить и описать стратегию охвата рынка. Для этого установите последовательность шагов по разработке стратегии охвата рынка. А) Выбор целевых сегментов (оценка привлекательности) Б) Разработка комплекса маркетинга для каждого сегмента В) Разделение рынка на группы покупателей по определенным признакам (сегментирование) Г) Формулирование концепции позиционирования товара для каждого сегмента Ответ: В — А — Г — Б	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут
Прочитайте текст и установите последовательность 6. Фирма ООО ИМПЭК по производству мясоперерабатывающей продукции принимает обоснованное финансовое решение, вложить средства, полученные от финансового результата прошлого года, в развитие новой линейки продукции производства полуфабрикатов. Для маркетингового обоснования данного решения Вам необходимо, расставить этапы создания нового продукта от идеи до рынка. А) Разработка и проверка концепции товара Б) Формирование (генерация) идей В) Коммерциализация (выпуск на рынок) Г) Экономический анализ (анализ возможностей производства и сбыта) Д) Создание прототипа (разработка непосредственно товара)	ПК-5.2. Умеет осуществлять подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов. .	Повышенный 3-5 минут

Ответ: Б — А — Г — Д — В

ПК-5.3 – представлена в виде Кейсов открытого типа.

Кейс 1

Задание: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

ПК-5.3. Умеет осуществлять мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков.

Ситуация: Вы работаете на предприятии ООО «НОТА» в отделе маркетинга специалистом по анализу маркетинговых исследований. Объект вашего исследования - спрос на реализуемые товары. В новом производственном году с целью повышения экономической эффективности работы отдела маркетинга Вам необходимо, опираясь на отчетные данные предыдущего года, которые представлены в **таблице 1** провести следующие этапы работ:

ЗАДАНИЕ	РЕШЕНИЕ	ОТВЕТ
Этап 1 Проанализируйте данные по группе объявлений «Брендовые запросы» и предложите стратегию оптимизации (Таблица 1)	Брендовые запросы: $CPO = 15\ 000 / 60 = 250$ руб.	250руб. Отличная эффективность, стоит увеличить бюджет и охват
Этап 2 Проанализируйте данные по группе «Общие запросы» объявлений и предложите стратегию оптимизации (Таблица 1)	Общие запросы: $CPO = 25\ 000 / 10 = 2500$ руб. Рекомендуется уточнить ключевые слова, исключить нерелевантные запросы и оптимизировать посадочные страницы	2 500 руб. Высокая стоимость привлечения, низкая конверсия.
Этап 3 Проанализируйте данные по группе «Конкурентные запросы» объявлений и предложите стратегию оптимизации (Таблица 1)	Конкурентные запросы: $CPO = 10\ 000 / 5 = 2\ 000$ руб. Стоит протестировать разные креативы и предложения, чтобы повысить конверсию	2 000 руб. Средняя эффективность.

Таблица 1 - Маркетинговые показатели отчетного года по продукту ООО «НОТА»

Группа объявлений	Показы	Клики	CTR	Конверсии	CR	Расход
Брендовые запросы	10 000	1 200	12%	60	5%	15 000 руб.
Общие запросы	50 000	1 000	2%	10	1%	25 000 руб.
Конкурентные запросы	5 000	300	6%	5	1,67%	10 000 руб.

Кейс 2

Задание: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

ОПК-4.4. Умеет решать профессиональные задачи, обосновывать их решение с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Ситуация: Фирма по производству мягкой мебели ООО «Деонис» проводит рекламную кампанию по продвижению товара на новом рынке. Проведя некоторые исследования, нужно обосновать финансовые вложения в данное мероприятия, для принятия управленческого решения целесообразности выхода на новые рынки.

У вас есть следующие данные по рекламной кампании:

Бюджет: 50 000 рублей

Количество кликов: 2 500

Количество конверсий: 75

Средний чек: 4 000 рублей

Вам необходимо с учётом определения экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, выполнить задачи специалиста по маркетингу и представить экономически обоснованный результат руководителю фирмы. Для этого предлагается выполнить несколько этапов заданий.

ЗАДАНИЕ	РЕШЕНИЕ	ОТВЕТ
Этап 1 Рассчитайте CPC (стоимость клика)	$CPC = 50\,000 / 2\,500 = 20$ рублей	20 рублей
Этап 2 Рассчитайте CPO (стоимость привлечения клиента)	$CPO = 50\,000 / 75 = 666,67$ рублей	20 рублей
Этап 3 Рассчитайте ROAS (возврат инвестиций в рекламу)	$ROAS = (75 \times 4\,000) / 50\,000 \times 100\% = 600\%$	600%

Кейс 3 «Настройка таргетинга»

Задание: Прочитайте текст и впишите правильный ответ

ОПК-4.4. Умеет решать профессиональные задачи, обосновывать их решение с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Фирма по созданию и реализации детской одежды ООО «Бантик», которая имеет свой Интернет-магазин детской одежды, запускает новую коллекцию.

В данный момент отдел рекламы занимается настройкой таргетинга. С целью решения профессиональной задачи, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, Вам необходимо, как специалисту данного отдела, определить каким критериям сегментации рынка соответствуют оптимальные параметры таргетинга для контекстной рекламы.

Задание: Интернет-магазин детской одежды запускает новую коллекцию.

Определите и впишите каким критериям сегментации рынка соответствуют оптимальные параметры таргетинга для контекстной рекламы.

1. : Женщины 25-45 лет (основные покупатели детской одежды)
2. : Города с населением от 500 000 человек (более высокая платежеспособность)
3. : Материнство, семья, образование, здоровье детей
4. : Приоритет мобильным устройствам (70% бюджета), так как молодые родители часто совершаются покупки со смартфонов
5. : Пик активности вечером (19:00-23:00) и в выходные дни

ОТВЕТ:

1. **Демография**: Женщины 25-45 лет (основные покупатели детской одежды)
2. **География**: Города с населением от 500 000 человек (более высокая платежеспособность)
3. **Интересы**: Материнство, семья, образование, здоровье детей
4. **Устройства**: Приоритет мобильным устройствам (70% бюджета), так как молодые родители часто совершаются покупки со смартфонов
5. **Время показа**: Пик активности вечером (19:00-23:00) и в выходные дни

Кейс 4 «Процесс управления маркетингом»

Задание: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

ОПК-4.4. Умеет решать профессиональные задачи, обосновывать их решение с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Ситуация: Фирма «ТехноМир» по реализации смартфонов внедряет отдел маркетинга. Главной задачей стоит определение Дорожной карты реализации маркетинговой политики.

Вам необходимо решить профессиональную задачу, обосновывать данное решение с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий и выполнить работу начальника отдела маркетинга.

ЗАДАНИЕ	РЕШЕНИЕ	ОТВЕТ
Этап 1 Установите правильную последовательность этапов маркетинговой деятельности на предприятии.	А) Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микс 4Р) Б) Анализ рыночных возможностей и маркетинговая среда В) Реализация маркетинговых мероприятий и контроль Г) Отбор целевых рынков (сегментирование, таргетинг, позиционирование)	Ответ: Б — Г — А — В
Этап 2 Общий объем продаж смартфонов в регионе за год составил 1 200 000 штук. Компания «ТехноМир» за этот же период продала 180 000 смартфонов. Главный конкурент компании продал 300 000 штук. 1. Рассчитайте абсолютную долю рынка компании «ТехноМир».	Решение: 1. Абсолютная доля рынка = $(\text{Продажи компании} / \text{Общий объем рынка}) \times 100\%$ Доля = $(180\,000 / 1\,200\,000) \times 100\% = 15\%$.	Ответ: Абсолютная доля рынка — 15%
Этап 3 Общий объем продаж смартфонов в регионе за год составил 1 200 000 штук. Компания «ТехноМир» за этот же период продала 180 000 смартфонов. Главный конкурент компании продал 300 000 штук. 2. Рассчитайте относительную долю рынка компании по отношению к главному конкуренту.	2 Относительная доля рынка = $\text{Продажи компании} / \text{Продажи главного конкурента}$ Относительная доля = $180\,000 / 300\,000 = 0,6$.	Ответ: Относительная доля-0,6.

Кейс 5 «Ценовая эластичность спроса»

Задание: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

ОПК-4.4. Умеет решать профессиональные задачи, обосновывать их решение с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Планово-финансовый отдел фитнес-центра, решил повысить цену на услугу увеличив оплату с 2 000 руб. до 2 200 руб. В результате количество проданных абонементов в месяц сократилось с 500 до 400 штук.

Вам необходимо провести оценку экономического обоснования данного решения. Для этого необходимо выполнить следующие задания.

ЗАДАНИЕ	РЕШЕНИЕ	ОТВЕТ
Этап 1 1. Рассчитайте коэффициент точечной эластичности спроса по цене.	Коэффициент эластичности $\epsilon = ((Q_2 - Q_1) / Q_1) / ((P_2 - P_1) / P_1)$ $E = ((400 - 500) / 500) / ((2200 - 2000) / 2000)$ $E = (-100 / 500) / (200 / 2000) = -0,2 / 0,1 = -2.$	Ответ: -2.
Этап 2 2. Определите характер спроса (эластичный или неэластичный).	Интерпретация: Так как $ E > 1$ (в данном случае 2), спрос является эластичным. Потребители чувствительны к изменению цены.	Ответ: спрос является эластичным.
Этап 3 Как изменилась выручка компании? Целесообразно ли было повышение цены?	Выручка: Выручка 1 = $2\,000 \times 500 = 1\,000\,000$ руб. Выручка 2 = $2\,200 \times 400 = 880\,000$ руб. Выручка снизилась на 120 000 руб. Повышение цены было нецелесообразным.	Ответ: Выручка снизилась на 120 000 руб. Повышение цены было нецелесообразным.