

Вопросы промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Моделирование в маркетинговых исследованиях»

1. Понятие о критерии оптимальности.
2. Понятие модели. Система моделей.
3. Алгоритм решения задачи оптимизации стратегии по обеспечению нового производства оборудованием.
4. Структурная модель. Взаимосвязь структурной и развернутой моделей.
5. Свойства (характеристики) систем.
6. Структурная модель оптимизации ассортиментной загрузки производственных мощностей. Обоснование исходной информации задачи.
7. Понятие об экономико-математических моделях. Сущность экономико-математического моделирования.
8. Целевая функция. Особенности ее записи.
9. Этапы экономико-математического моделирования.
10. Содержание модели оптимизации программы развития продуктового подкомплекса.
11. Содержание ограничений модели оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.
12. Стохастическая постановка модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
13. Постановка задачи моделирования стратегии по обеспечению нового производства оборудованием. Перечень исходной информации задачи.
14. Структурная модель оптимизации объемов и структуры товарооборота торгового предприятия.
15. Постановка задачи моделирования основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
16. Структурная модель оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
17. Стохастическая постановка модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
18. Структурная модель оптимизации рецептуры выпускаемых продуктов. Обоснование исходной информации задачи.
19. Классификация систем.
20. Постановка задачи моделирования ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.
21. Содержание ограничений стохастической модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
22. Содержание модели оптимизации сырьевых зон перерабатывающих предприятий регионального уровня.
23. Постановка задачи моделирования программы функционирования предприятий регионального АПК.

24. Содержание ограничений модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
25. Необходимость комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия на базе моделирования.
26. Постановка задачи моделирования ассортиментной загрузки производственных мощностей. Перечень исходной информации задачи.
27. Содержание ограничений линейно-динамической модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
28. Классификация экономико-математических моделей.
29. Структурная модель оптимизации распределения рекламного бюджета. обоснование исходной информации задачи.
30. Содержание модели оптимизации программы развития продуктового подкомплекса.
31. Линейно-динамическая постановка модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.
32. Обоснование исходной информации модели оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.
33. Понятие, характеризующее строение и функционирование систем. Система и среда.
34. Структурная модель оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.
35. Перечень исходной информации для комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.
36. Структурная модель оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.
37. Структурная модель, позволяющая провести комплексный анализ работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.
38. Предприятие АПК как сложная система (понятие системы).
39. Содержание ограничений модели для комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.
40. Постановка задачи моделирования распределения рекламного бюджета. перечень исходной информации задачи.
41. Задачи маркетинга как объекта моделирования.
42. Содержание модели оптимизации программы функционирования предприятий регионального АПК.
43. Особенности экономических систем.
44. Построение структурной модели.
45. Система корреляционных моделей для обоснования показателей развития сельскохозяйственного производства.
46. Постановка задачи моделирования ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.
47. Постановка задачи и обоснование цели решения задачи.

48. Обоснование исходной информации задачи оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

49. Постановка задачи моделирования сырьевых зон перерабатывающих предприятий регионального уровня.

50. Моделирование поставок сельскохозяйственной продукции.

51. Определение перечня переменных и ограничений базовой модели.

52. Постановка задачи моделирования объемов и структуры товарооборота торгового предприятия. Исходная информация задачи.

53. Перечень исходной информации задачи оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.

54. Постановка задачи моделирования рецептуры выпускаемых продуктов. Перечень исходной информации задачи.

Составил

Педагогический работник, к.э.н., доцент И.В.Шафранская

Рассмотрены и утверждены на заседании кафедры ММЭС АПК

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Е.В. Карачевская