

Утверждаю:
Зав.кафедрой ММЭС АПК
Е.В. Карачевская

**Вопросы текущей аттестации по учебной дисциплине
«Моделирование в маркетинговых исследованиях»
для специальности «Маркетинг»**

1. Понятие о экономико-математических моделях. Сущность экономико-математического моделирования.
2. Классификация экономико-математических моделей.
3. Этапы экономико-математического моделирования.
4. Понятие о критерии оптимальности.
5. Структурная модель. Взаимосвязь структурной и развернутой моделей.
6. Постановка задачи и обоснование цели решения задачи.
7. Предприятие АПК как сложная система (понятие системы).
8. Понятия, характеризующие строение и функционирование систем. Система и среда.
9. Классификация систем.
10. Свойства (характеристики) систем.
11. Особенности экономических систем.
12. Постановка задачи моделирования рецептуры выпускаемых продуктов. Перечень исходной информации задачи.
13. Структурная модель оптимизации рецептуры выпускаемых продуктов. Обоснование исходной информации задачи.
14. Постановка задачи моделирования ассортиментной загрузки производственных мощностей. Перечень исходной информации задачи.
15. Структурная модель оптимизации ассортиментной загрузки производственных мощностей. Обоснование исходной информации задачи.
16. Постановка задачи моделирования распределения рекламного бюджета. Перечень исходной информации задачи.
17. Структурная модель оптимизации распределения рекламного бюджета. Обоснование исходной информации задачи.
18. Постановка задачи моделирования стратегии по обеспечению нового производства оборудованием. Перечень исходной информации задачи.
19. Алгоритм решения задачи оптимизации стратегии по обеспечению нового производства оборудованием.
20. Постановка задачи моделирования ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.

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

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

23.Структурная модель оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.

24.Постановка задачи моделирования ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия. Перечень исходной информации.

25.Структурная модель оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.

26.Обоснование исходной информации модели оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.

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

28.Структурная модель оптимизации объемов и структуры товарооборота торгового предприятия.

29.Необходимость комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия на базе моделирования.

30.Перечень исходной информации для комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.

31.Структурная модель, позволяющая провести комплексный анализ работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.

32.Постановка задачи моделирования основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

33.Линейно-динамическая постановка модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

34.Структурная модель оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

35.Стохастическая постановка модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

36.Моделирование поставок сельскохозяйственной продукции.

37.Постановка задачи моделирования программы развития продуктового подкомплекса.

38.Содержание модели оптимизации программы развития продуктового подкомплекса.

39.Постановка задачи моделирования программы функционирования предприятий регионального АПК.

40.Содержание модели оптимизации программы функционирования предприятий регионального АПК.

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

42.Содержание модели оптимизации сырьевых зон перерабатывающих предприятий регионального уровня.

43.Содержание ограничений модели оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта продукции сельскохозяйственного предприятия.

44.Содержание ограничений модели оптимизации ассортимента выпуска и обоснование каналов сбыта товаров перерабатывающего предприятия.

45.Содержание ограничений модели для комплексного анализа работы маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.

46.Содержание ограничений модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

47.Содержание ограничений линейно-динамической модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

48.Содержание ограничений стохастической модели оптимизации основных параметров маркетинговой системы сельскохозяйственного предприятия.

49.Целевая функция. Особенности ее записи.

50.Определения перечня переменных и ограничений базовой модели.

51.Построение структурной модели.

52.Система корреляционных моделей для обоснования показателей развития сельскохозяйственного производства.

53.Понятие модели. Система моделей.

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