

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Плешаков Владимир Александрович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.07.2025 12:44:30
Уникальный программный ключ:
cf3461e360a6506473208a5cc93ea97a503bdf72

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой

подпись

М.Г.Хорунжин

«__14__» февраля _____ 20 25г.

СОГЛАСОВАНО
Декан агрономического факультета

подпись

И.А.Косачев

«__14__» февраля _____ 20 25г.

Кафедра управления

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
ДОСТИЖЕНИЙ»

Направление подготовки
35.04.01 Лесное дело

Направленность (профиль)

Лесоведение, лесоводство и лесная пирология
Квалификация (степень)– магистр
Программа подготовки – магистратура
Форма обучения – очная, заочная

Барнаул 2025

Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 667 от 17.07.2017 по направлению подготовки 35.04.01 «Лесное дело»

Рассмотрен на заседании кафедры, протокол № _4_ от _26.12_ 2024г.

Зав. кафедрой
к.э.н..доцент



М.Г.Хорунжин

Одобрена на заседании методической комиссии агрономического факультета, протокол № _3_ от «_14_» _02_2025_г.

к.с.-х.н доцент



О.М.Завалишина

Составитель
д.э.н., профессор



И.В.Ковалева

Содержание

1.	Соответствие этапов освоения компетенции, планируемым результатам обучения и критерии их оценивания (заполняется по каждой компетенции)	4
2.	Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)	12
3.	Виды оценочных средств	12
4	Итоговый тест для оценки сформированности компетенций	20

1. СООТВЕТСТВИЕ ЭТАПОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ, ПЛАНИРУЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ (ЗАПОЛНЯЕТСЯ ПО КАЖДОЙ КОМПЕТЕНЦИИ)

Этап формирования компетенции	Результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения				Вид оценочного средства
		Отлично (высокий уровень)	Хорошо (продвинутый уровень)	Удовлетворительно (пороговый уровень)	Не удовлетворительно (ниже порогового уровня)	
ОПК-5 Способен осуществлять технико-экономическое обоснование проектов в профессиональной деятельности;						
Начальный этап	основные приемы и методы экономического и маркетингового анализа для использования современных технологий в управленческих решениях и стилях руководства;	Системные знания приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	В целом успешные, но несистематические знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	Фрагментарные знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	Не знает приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	реферат, семинарские занятия
	Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций в области маркетинга	Системные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение	В целом успешные, но несистематические умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на	Фрагментарные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять	Не умеет осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации,	

		конкурентоспособности организации	обеспечение конкурентоспособности организации	стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	
	Владеть современными технологиями, направленными на эффективное использование ресурсов организации и коммерциализации технологических достижений	Системное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	В целом успешное, но несистематическое владение. методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Фрагментарное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Не владеет методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	
Базовый этап	Знать основные приемы и методы экономического и маркетингового анализа для использования современных технологий в управленческих решениях и стилях руководства;	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний минимальных требований, имели место грубые ошибки	зачет
	Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций в области маркетинга	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	При решении стандартных задач не продemonстрированы основные умения, имели место грубые ошибки	
	Владеть современными технологиями, направленными на эффективное использование ресурсов организации и коммерциализации технологических достижений	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	При решении стандартных задач не продemonстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки	
ПК-15-Готов к разработке проектов мероприятий и объектов лесного и лесопаркового хозяйства с учетом экологических, экономических параметров						

Начальный этап	Знать основные методы планирования и оценки бизнес-проектов для использования современных технологий в управленческих решениях хозяйства с учетом экологических, экономических параметров;	Системные знания приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	В целом успешные, но несистематические знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	Фрагментарные знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	Не знает приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	реферат, семинарские занятия
	Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций в области коммерциализации технологических достижений	Системные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	В целом успешные, но несистематические умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	Фрагментарные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	Не умеет осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	
	Владеть современными технологиями, направленными на эффективное использование ресурсов организации и коммерциализации технологических достижений	Системное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	В целом успешное, но несистематическое владение. методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Фрагментарное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Не владеет методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	
Базовый этап	Знать основные приемы и методы экономического и маркетингового анализа для использования современных технологий в управленческих решениях и стилях руководства;	Системные знания приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности;	В целом успешные, но несистематические знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы	Фрагментарные знания. приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-	Не знает приемы и методы маркетинга; стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности;	реферат, семинарские занятия

		способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.	
	Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций в области маркетинга	Системные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	В целом успешные, но несистематические умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	Фрагментарные умения осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	Не умеет осуществлять навыки стратегического анализа, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации	
	Владеть современными технологиями, направленными на эффективное использование ресурсов организации и коммерциализации технологических достижений	Системное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	В целом успешное, но несистематическое владение. методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Фрагментарное владение методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	Не владеет методами построения маркетинговых стратегий и моделей в организации	

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оценочного средства*	Контролируемые разделы (темы)	Код компетенции
1	Реферат Семинар	1. Основные категории, законы, цели и задачи коммерциализации технологических достижений. 2. Комплексное исследование товарного рынка 3. Коммуникационная политика организации.	ОПК-5
2	ПР, тест	1. Сущность сбыта и сбытовой политики 2. Каналы реализации продукции 3. Система ФОССТИС 4. Методы стимулирования сбыта продукции	ПК-15
3	Семинар Тест ПР	1. Сущность сбыта и сбытовой политики 2. Каналы реализации продукции 3. Система ФОССТИС 4. Методы стимулирования сбыта продукции	ОПК-5
8	зачет	Основные категории, законы, цели и задачи коммерциализации технологических достижений. Комплексное исследование товарного рынка. Коммуникационная политика организации. Сущность сбыта и сбытовой политики. Каналы реализации продукции. Система ФОССТИС. Сущность сбыта и сбытовой политики. Каналы реализации продукции. Система ФОССТИС. Методы стимулирования сбыта продукции. Методы стимулирования сбыта продукции. Комплексное исследование товарного рынка. Сущность управленческих решений. Виды и модели управленческих решений. Управленческий риск. Сущность товарной стратегии. Товарная политика в системе маркетинга. Основные рыночные стратегии АПК. Сущность сбыта и сбытовой политики. Каналы реализации продукции. Понятие и основы рекламной деятельности в современном мире. Цели и задачи рекламной деятельности	ОПК-5; ПК-15

3. Виды оценочных средств

3.1. Оценочные средства для текущей аттестации

3.1.1. Темы рефератов: (ОПК-5)

Тема 1. Основы коммерциализации технологических достижений

1. Основные категории, законы, цели и задачи коммерциализации технологических достижений.
2. Комплексное исследование товарного рынка
3. Коммуникационная политика организации.

ВОПРОСЫ К СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ (ОПК-5)

1. Задачи коммерциализации технологических достижений.
2. Модели коммерциализации технологических достижений.
3. Управленческий риск

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ВЫПОЛНЕНИЕ РЕФЕРАТА, СЕМИНАРА

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%

3.1.2. ВОПРОСЫ К СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ

ТЕМА 2 Формирование спроса и стимулирование сбыта. (ПК-15)

Сущность сбыта и сбытовой политики

2. Каналы реализации продукции
3. Система ФОССТИС
4. Методы стимулирования сбыта продукции

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА СЕМИНАРА

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%

Тестирование (ПК-15)

1. Какая последовательность этапов отражает закономерное содержание процессов управления?

- A. Планирование – принятие решения – контроль – организация.
- B. Проблема – цель – принятие решения – реализация решения.
- C. Цель – проблема – решение – контроль – исполнение.
- D. Ситуация – цель – решение – организационная работа.
- E. Цель – ситуация – проблема – управленческие решения.

2. Какова связь между понятиями процесс управления и технология управления?

- A. Информационные различия.
- B. Разная роль человека.
- C. Различия в степени сознательного построения.
- D. Различия в использовании техники.
- E. Это одно и то же.

3. Что такое проблема в реальной практике разработки управленческого решения?

- A. Это задача, решение которой осуществляется в процессе управления.
- B. Это противоречие, требующее своего разрешения.
- C. Это функция управления.
- D. Это способ оценки ситуации.

4. Как вы определите роль технических средств в процессе принятия УР?

- A. Позволяет глубже проанализировать проблему.
- B. Позволяет обрабатывать больший объем информации.
- C. Это главный фактор качества управленческого решения.
- D. Несут в себе опасность формализации проблем.
- E. Расширяют диапазон методов анализа.

5. Перечислите основные элементы обобщенной схемы процесса РУР.

- A. Цель, ситуация, проблема, решение.
- B. Глобальная цель, технократическая цель и социальная цель.
- C. Разработка решения, согласование решения и утверждение решения.
- D. Проблема, альтернативы решения, реализация решения.

6. Каковы особенности разработки решений в биологических системах?

- A. Даже типовые решения дают непредсказуемые результаты.

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

5-ти бальная шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%

3.1.3. ВОПРОСЫ К СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ

Тема 3 **Тема 3.** Понятие и роль рекламы, как элемента маркетинговых коммуникаций(ОПК-5)

1. Понятие и основы рекламной деятельности в современном мире.
2. Цели и задачи рекламной деятельности.
3. Классификация рекламы.
4. Особенности и задачи рекламы на различных фазах жизненного цикла товара.
5. Принципы формирования рекламного бюджета.
6. Стратегии продвижения продукции на рынке
7. Брендинг

Тестирование (ОПК-5)

1. Дополнительный доход, получаемый за счет использования большей плодородности земли и более высокой производительности труда
2. Источниками ренты являются более производительный труд на относительно лучших и средних по плодородию землях, а также различия в местоположении участков земли по отношению к рынкам сбыта, транспортным путям
3. Экономический закон рыночной экономики, который показывает прямую зависимость между ценой и количеством предлагаемого товара
4. Экономический закон рыночной экономики, который показывает связь между ценами и количеством товаров и услуг, которые могут быть приобретены по каждой из данных цен
5. Экономический закон товарного производства, согласно которому обмен товарами совершается в соответствии с количеством затраченного на их производство общественно необходимого труда
6. Неценовые факторы изменения предложения
7. Неценовые факторы изменения спроса
8. Рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства формируется в агробизнеса (АПК)
9. Снижение затрат на единицу продукции наблюдается при укрупнении производства
10. Меры прямого государственного воздействия на сельскохозяйственные рынки

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

5-ти бальная шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%

3.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

3.2.1. Вопросы к зачету (ОПК-5 ПК-15)

1. Основные категории, законы, цели и задачи коммерциализации технологических достижений.
2. Комплексное исследование товарного рынка
3. Коммуникационная политика организации.
4. Сущность сбыта и сбытовой политики
5. Каналы реализации продукции Система ФОССТИС.
6. Сущность сбыта и сбытовой политики Каналы реализации продукции.
7. Система ФОССТИ..
8. Методы стимулирования сбыта продукции.
9. Методы стимулирования сбыта продукции.
10. Комплексное исследование товарного рынка.
11. Сущность управленческих решений.
12. Виды и модели управленческих решений.
13. Управленческий риск
14. Сущность товарной стратегии.
15. Товарная политика в системе маркетинга
16. Основные рыночные стратегии АПК.
17. Сущность сбыта и сбытовой политики.
18. Каналы реализации продукции.
19. Понятие и основы рекламной деятельности в современном мире.
- 20.** Цели и задачи рекламной деятельности
21. Концепции маркетинговой деятельности
22. Сегментирование рынка: понятие, критерии, признаки
23. Виды реакций покупателя и их измерение
24. Организационные структуры в менеджменте
25. Виды каналов распределения продукции
26. Власть и лидерство
27. Маркетинговые исследования: цели, виды, этапы проведения
28. Стили руководства
29. Оценка эффективности акций стимулирования сбыта
30. Функции менеджмента
31. Модель покупательского поведения
32. Методы прогнозирования покупательского спроса
33. Управленческие решения
34. Анализ маркетингового окружения компании
35. Анализ конкурентоспособности компании и ее продукции (услуг)
36. Концепция жизненного цикла товара
37. Маркетинговый анализ: задачи, источники информации, приемы
38. Принятие управленческих решений в условиях неопределенности
39. Аудит маркетинга
40. Принятие управленческих решений в условиях определенности
41. Система маркетинговых показателей деятельности организации
42. Основные средства распространения рекламы
43. Модели построения рекламного воздействия
44. Основные показатели медиапланирования
45. Задачи и функции службы маркетинга
46. Методы оценки стоимости бизнеса
47. Управление конфликтами
48. Расчет емкости рынка

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ЗАЧЕТЕ:

шкала оценивания	Критерии оценивания
зачтено	Обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос: - показана совокупность знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения; - студент демонстрирует всестороннее систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; - в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; - ответ изложен научным, грамотным языком; - на все дополнительные вопросы студент дал четкие, аргументированные ответы; - студент усвоил взаимосвязь основных понятий и их значение для приобретаемой профессии, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
незачтено	Обучающийся дал ответ с существенными замечаниями: - логика и последовательность изложения имеют нарушения; - при изложении теоретического материала допущены существенные ошибки (касающиеся фактов, понятий персоналий); - в ответе отсутствуют выводы; - речь неграмотная; - студент отказывается отвечать на дополнительные вопросы или дает неверные ответы.

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ДЛЯ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

(ОПК-5)

Вариант-1

1. Какая последовательность этапов отражает закономерное содержание процессов управления?

- A. Планирование – принятие решения – контроль – организация.
- B. Проблема – цель – принятие решения – реализация решения.
- C. Цель – проблема – решение – контроль – исполнение.
- D. Ситуация – цель – решение – организационная работа.
- E. Цель – ситуация – проблема – управленческие решения.

2. Какова связь между понятиями процесс управления и технология управления?

- A. Информационные различия.
- B. Разная роль человека.
- C. Различия в степени сознательного построения.
- D. Различия в использовании техники.
- E. Это одно и то же.

3. Что такое проблема в реальной практике разработки управленческого решения?

- A. Это задача, решение которой осуществляется в процессе управления.
- B. Это противоречие, требующее своего разрешения.
- C. Это функция управления.
- D. Это способ оценки ситуации.

4. Как вы определите роль технических средств в процессе принятия УР?

- A. Позволяет глубже проанализировать проблему.
- B. Позволяет обрабатывать больший объем информации.
- C. Это главный фактор качества управленческого решения.
- D. Несут в себе опасность формализации проблем.
- E. Расширяют диапазон методов анализа.

5. Перечислите основные элементы обобщенной схемы процесса РУР.

- A. Цель, ситуация, проблема, решение.
- B. Глобальная цель, технократическая цель и социальная цель.
- C. Разработка решения, согласование решения и утверждение решения.
- D. Проблема, альтернативы решения, реализация решения.

6. Каковы особенности разработки решений в биологических системах?

- A. Даже типовые решения дают непредсказуемые результаты.

В. Вероятность правильной разработки и реализации решений мала из-за естественной ограниченности миропонимания и мышления руководителей.

С. Набор решений ограничен и последствия их предопределены.

Д. Результат РУР зависит от уровня информационной обеспеченности менеджмента

7. Назовите этап принятия решения, на котором устанавливаются симптомы затруднений:

А. Диагностика проблем.

В. Формулировка ограничений.

С. Выявление альтернатив.

Д. Оценка альтернатив.

8. Назовите этап принятия решений, на котором должен быть учтен достаточно широкий спектр возможных решений.

А. Диагностика проблемы.

В. Формулирование ограничений.

С. Выбор альтернатив.

Д. Оценка альтернатив.

Е. Определение альтернатив.

9. Основу технологии «управления по целям» составляет:

А. Бизнес-план.

В. Набор стратегических, тактических и оперативных целей.

С. Четкий регламент действий каждого руководителя.

Д. Выбор информационной технологии.

10. Какой вид целевого управления наиболее эффективен для организации с численностью примерно 100 чел.?

А. Программно-целевое.

В. Регламентное.

С. Инициативно-целевое.

Д. Все вышеперечисленные.

11. Методология разработки управленческого решения – это:

А. Логика, действия менеджера и команды.

В. Цель и подходы метода разработки решения.

С. Алгоритм разработки управленческого решения.

Д. Последовательность информационных операций.

Е. Совокупность методов анализа ситуаций.

12. Что такое проблема в реальной практике разработки управленческого решения?

- А. Это задача, решение которой осуществляется в процессе управления.
- В. Это противоречие, требующее своего разрешения.
- С. Это функция управления.
- Д. Это способ оценки ситуации.

13. Есть ли различия в процессе разработки решения для биологических, технических и социальных систем?

- А. Есть.
- В. Нет, так как технология и подходы руководителя должны быть одни и те же.
- С. Есть, но несущественные, так как в этих системах много общего, например, везде требуется организация, планирование и т.д.
- Д. Это зависит от профессиональных навыков менеджера.

14. Что такое «проблема»?

- А. Рассогласование между целью и соответствующей ей конкретной ситуацией.
- В. Нерешенные задачи.
- С. Набор причин, мешающих достижению целей организации.
- Д. Препятствие.

15. Перечислите основные элементы обобщенной схемы процесса РУР.

- А. Цель, ситуация, проблема, решение.
- В. Глобальная цель, технократическая цель и социальная цель.
- С. Разработка решения, согласование решения и утверждение решения.
- Д. Проблема, альтернативы решения, реализация решения.

16. Каковы условия завершения цикла РУР?

- А. Достижение проблемой приемлемого для руководителя значения.
- В. Достижение принятой цели.
- С. Выполнение руководителем всего комплекса разработанных решений.
- Д. Получение прибыли в конце отчетного периода.

17. Каковы особенности разработки решений в технических системах?

- А. Набор решений ограничен и последствия их предопределены.
- В. Даже типовые решения дают непредсказуемые результаты.

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ДЛЯ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ
(ПК-15)

Вариант2

1. Дополнительный доход, получаемый за счет использования большей плодородности земли и более высокой производительности труда
2. Источниками ренты являются более производительный труд на относительно лучших и средних по плодородию землях, а также различия в местоположении участков земли по отношению к рынкам сбыта, транспортным путям
3. Экономический закон рыночной экономики, который показывает прямую зависимость между ценой и количеством предлагаемого товара
4. Экономический закон рыночной экономики, который показывает связь между ценами и количеством товаров и услуг, которые могут быть приобретены по каждой из данных цен
5. Экономический закон товарного производства, согласно которому обмен товарами совершается в соответствии с количеством затраченного на их производство общественно необходимого труда
6. Неценовые факторы изменения предложения
7. Неценовые факторы изменения спроса
8. Рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства формируется в агробизнеса (АПК)
9. Снижение затрат на единицу продукции наблюдается при укрупнении производства
10. Меры прямого государственного воздействия на сельскохозяйственные рынки

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

5-ти балльная шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 85-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 70-84%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется студенту, если задание выполнено на 50-69%
Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется студенту, если задание выполнено менее чем на 50%