

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

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой



Е.И. Жидких

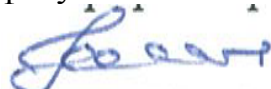
«26» апреля 2019 г.

УТВЕРЖДЕНО

Декан

агрономического

факультета



И.А. Косачев

«11» июня 2019 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по учебной дисциплине

«Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки

35.03.04 Агрономия

Направленность (профиль)

Современные технологии производства и защиты растений

Квалификация (степень)– бакалавр

Программа подготовки – бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Барнаул 2019

Фонд оценочных средств составлен на основе рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг».

Рассмотрен на заседании кафедры, протокол № 6 от 26 апреля 2019г.

Зав. кафедрой ГМУ,

к.э.н., доцент



Е.И. Жидких

Одобен на заседании методической комиссии агрономического факультета, протокол № 7 от 04 июня 2019 г.

Председатель методической комиссии:

к.с.-х.н., доцент



О.М. Завалишина

Составитель:

к.э.н., доцент



Е.И. Жидких

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)	7
3.	Виды оценочных средств	7
4	Итоговый тест для оценки сформированности компетенций	22

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 (продвинутой уровень)	Удовлетворительно (пороговый уровень)	Не удовлетворительно (ниже порогового уровня)	
		Зачтено			Не зачтено	
Способен организовать проведение маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках (ПКР-4)						
Начальный этап	Знать: теоретические аспекты менеджмента в рыночной экономике, сущность маркетинга как системы управления производственно-сбытовой деятельностью	Системные знания	В целом успешные, но несистематические знания.	Фрагментарные знания.	Не знает	Устный опрос, индивидуальное задание, деловая игра, групповое задание, тестирование
	Уметь: осуществлять функции менеджмента, сегментировать рынок, осуществлять позиционирование на рынке, проводить маркетинговые исследования сельскохозяйственных рынков	Системные умения	В целом успешные, но несистематические умения.	Фрагментарные умения	Не умеет	
	Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований рынка, формирования товарной и ценовой политики, стимулирования сбыта, осуществления маркетинговых коммуникаций	Системное владение	В целом успешное, но несистематическое владение.	Фрагментарное владение	Не владеет	
Базовый этап	Знает: теоретические аспекты менеджмента в рыночной экономике, сущность маркетинга как системы управления производственно-сбытовой деятельностью	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 с оценкой

	Умеет: осуществлять функции менеджмента, сегментировать рынок, осуществлять позиционирование на рынке, проводить маркетинговые исследования сельскохозяйственных рынков -	Продemonстрирован ы 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	Продemonстрирован ы 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	
	Владеет: навыками проведения маркетинговых исследований рынка, формирования товарной и ценовой политики, стимулирования сбыта, осуществления маркетинговых коммуникаций	Продemonстрирован ы 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	
		Зачтено			Не зачтено	

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оценочного средства	Контролируемые разделы (темы)	Код компетенции
1	Деловая игра	Функции управления	ПКР-4
2	Устный опрос	Организация как социально-экономическая система	ПКР-4
		Менеджеры в организациях	ПКР-4
		Человек в организации	ПКР-4
		Функции управления	ПКР-4
		Организационные процессы	ПКР-4
		Сущность и современная концепция маркетинга	ПКР-4
		Основы маркетинговых исследований	ПКР-4
		Сегментирование рынка. Товар.	ПКР-4
		Служба маркетинга на предприятии	ПКР-4
3	Групповое задание	Человек в организации	ПКР-4
4	Тестирование	Функции управления	ПКР-4
5	Индивидуальное задание	Организация как социально-экономическая система	ПКР-4
		Менеджеры в организациях	ПКР-4
		Организационные процессы	ПКР-4
6	Зачет оценкой	Организация как социально-экономическая система	ПКР-4
		Менеджеры в организациях	ПКР-4
		Человек в организации	ПКР-4
		Функции управления	ПКР-4
		Организационные процессы	ПКР-4
		Сущность и современная концепция маркетинга	ПКР-4
		Основы маркетинговых исследований	ПКР-4
		Сегментирование рынка. Товар.	ПКР-4
		Служба маркетинга на предприятии	ПКР-4

3. Виды оценочных средств

3.1. Оценочные средства для текущей аттестации

3.1.1. Деловая игра по теме «Функции управления»

Цель занятия – развить навыки планирования и организации деятельности, координации и мотивации участников групповой работы, контроля за работой группы и отдельных участников, принятия решения.

1. По желанию студентов преподаватель назначает экспертов (3–4 человека). Преподаватель предлагает разделиться остальной студенческой группе на 2 команды (игроки).

2. Преподаватель выдает задание экспертам. Задание заключается в том, что они должны наблюдать за ходом игры, делать заметки, а затем дать свою оценку работе каждой команды. Для помощи экспертам преподаватель составляет перечень вопросов, событий, на которые эксперты должны обратить внимание.

3. Преподаватель предлагает в каждой команде выбрать менеджера (капитана, директора, и т.п.).

4. Менеджеры получают задания от преподавателя. Задания одинаковые для обеих команд. Можно ограничивать время на выполнение заданий или играть на время (какая команда быстрее выполнит задания). Обязательно обратить внимание менеджеров команд на то, что оцениваться будет не только скорость выполнения задания, но и его качество.

5. По истечении времени (или как будут выполнены задания) эксперты и преподаватель оценивают качество выполнения заданий.

6. По результатам выполнения заданий преподаватель выдает менеджерам команд соответствующее вознаграждение (оценивается время и качество выполнения задания). Задача менеджера распределить вознаграждение между членами группы.

7. Преподаватель предлагает обсудить итоги тренингов. Студенты пишут управленческие выводы по тренингам.

Вопросы для обсуждения:

1. Как произошло деление на 2 команды? Кто с кем оказался в группе? Кто кого позвал, кто и кому указывал в какой команде быть? По какому принципу люди оказались в той или иной команде?

2. Как выбрали менеджера? Кто и кого предложил? Кто назвал себя? Как обосновывали выбор?

3. Что менеджеры сделали с полученным заданием? Как распределяли работу в команде? Выполняли ли всё задание все вместе или каждый имел свою часть задания? Почему то или иное задание выполнял именно этот член команды?

4. Помогали ли члены команды друг другу? Кто кому помогал? Кто просил помощи? Помогал ли менеджер? Как реагировали другие члены группы, когда кто-то не мог справиться с работой? Что чувствовали, когда не могли выполнить задание?

5. Влияло ли соперничество на скорость и качество результатов?

6. Кто внес больший вклад в результат? Кто меньший? Кто в команде не работал? Кто отвлекался на другие дела? Почему?

7. Как менеджер распределял вознаграждение? Кто помогал менеджеру? Почему? Оцените удовлетворенность членов команд вознаграждением.

8. Справился ли менеджер со своими функциями? Что способствовало или препятствовало (или кто) выполнению роли менеджера? Осуществлял ли он планирование (распределение заданий), координацию деятельности, контроль выполнения задания?

9. Как распределились роли? Кто оказывал воздействие на поведение, работу группы, отдельных членов группы? Кто управлял группами? Появились ли неформальные лидеры?

10. Как влиял на результат характер работы? (творческое задание и формальное задание)

11. Как влиял на работу, результат состав и размер группы? Организация рабочего места?

ОЦЕНИВАНИЕ УЧАСТИЯ СТУДЕНТОВ В ДЕЛОВОЙ ИГРЕ

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. Устный опрос

Тема «Организация как социально-экономическая система»

1. Управление в социально-экономических системах.
2. Аспекты менеджмента: наука управления, искусство управления, вид деятельности, аппарат управления.
3. Понятие организации. Формальные и неформальные организации.
4. Характеристика деятельности (управления) формальной организации.
5. Особенности управления сельскохозяйственной организацией.

Тема «Менеджеры в организациях»

1. Современное представление о менеджере. Качества менеджера.
2. Типология менеджеров.
3. Управление в группах. Методы, подходы.
4. Власть в организации. Источники власти.
5. Теории лидерства. Подходы.
6. Профессиональные и личные требования к менеджеру.
7. Поведенческие концепции лидерства.
8. Ситуационные концепции лидерства.

Тема «Человек в организации»

1. Методы менеджмента: экономические, организационно – распорядительные, социально – психологические.
2. Управление конфликтами, стрессами и изменениями.
3. Особенности труда в условиях сельскохозяйственного производства.

Тема «Функции управления»

1. Сущность планирования.
2. Миссия и цели.
3. Стратегия организации.
4. Реализация стратегии.
5. Методы планирования
6. Понятие организационной структуры.
7. Построение подразделений.
8. Построение уровней управления.
9. Типы связей в организации.

10. Распределение полномочий.
11. Понятие и сущность мотивационного процесса.
12. Содержательные теории мотивации.
13. Процессуальные теории мотивации.
14. Понятие, виды и процесс контроля.
15. Особенности мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях.

Тема «Организационные процессы»

1. Сущность коммуникационного процесса.
2. Коммуникативное поведение руководителя.
3. Понятие и классификация управленческих решений.
4. Разработка и принятие управленческих решений.

Тема «Сущность и современная концепция маркетинга»

1. История возникновения и эволюция концепции маркетинга.
2. Функции, принципы и категории маркетинга.
3. Маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью.

Тема «Основы маркетинговых исследований»

1. Сущность и основные категории маркетинговых исследований.
2. Алгоритм, организация и методы маркетинговых исследований.
3. Маркетинговая информационная система.
4. Исследование рынка услуг

Тема «Сегментирование рынка. Товар.»

1. Сущность и способы сегментирования рынка.
2. Конъюнктура товарного рынка.
3. Позиционирование на рынке.
4. Товар в системе маркетинга.
5. Жизненный цикл товара (услуги).

Тема «Служба маркетинга на предприятии»

1. Управление производственно-сбытовой деятельностью организаций АПК.
2. Комплекс маркетинга.
3. Товарная политика.
4. Политика цен.
5. Продвижение услуг.
6. Стимулирование сбыта.
7. Маркетинговый контроль.
8. Маркетинговая коммуникация.
9. Реклама.

ОЦЕНИВАНИЕ УСТНОГО ОТВЕТА:

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 («отлично»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно.
4 («хорошо»)	полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; излагает материал последовательно и правильно, но допускает отдельные погрешности в ответе.
3 («удовлетворительно»)	излагает материал неполно и допускает неточности в

	определении понятий или формулировке правил; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
2 («неудовлетворительно»)	обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

3.1.3. Групповое задание

Тема «Человек в организации»

Цель – развитие у студентов навыков групповой работы, анализа управленческой информации, генерации идей, принятия решений, разрешения конфликтных ситуаций.

1. Кратко опишите суть проблемы, конфликта, ситуации.
2. Назовите участников ситуации, лиц, причастных к ней и/или за-интересованных в ее разрешении. Дайте характеристику поведения, действиям каждого из них. Какие результаты были достигнуты в процессе разрешения ситуации участниками?
3. Какие сферы управления персоналом задействованы в ситуации? Какие нарушения принципов, правил, законов, норм морали, законодательства вы можете назвать?
4. Назовите все возможные варианты поведения (принятого решения) главного действующего лица. Оцените последствия каждого варианта для организации, задействованных участников, для самого ЛПР.
5. Выберите лучшее решение и обоснуйте свой выбор.
6. Какие затраты необходимы для решения проблемы? (временные, человеческие, материальные, чья помощь потребуется? Какие мероприятия нужно для этого осуществить?
7. Какими на ваш взгляд будут результаты (последствия) выбранного вами решения для каждого участника?

Ситуация 1. «Опоздания»

В компании, занимающейся продажей торгового оборудования, работает сотрудница, которая по праву носит звание «лучший продавец». Ее работа приносит огромную прибыль руководству организации. Единственным ее недостатком можно считать то, что она постоянно опаздывает на 20–30 минут. Руководство фирмы пошло на то, чтобы официально позволить ей приходить на 20 минут позже, чем остальным. Тогда женщина начала опаздывать на 40 минут. Руководство решило оставить все как есть, так как лучше этой продавщицы никто не работает и потери от ее опозданий ничтожно малы. Но остальные сотрудники фирмы начали возмущаться, позволять себе опоздания, оправдываясь «а почему ей можно», таким образом, в коллективе начало назревать недовольство.

Ситуация 2. «Уникальный специалист»

На предприятии работает по-настоящему уникальный специалист – Федор Иванов. Он слесарь-универсал. Москва хоть и большой город, а с трудом можно найти 5-6 человек равных ему по мастерству. А самое не-приятное заключается в том, что Иванов прекрасно знает о своей уникальности и незаменимости и без зазрения совести выт веревки из

руководства предприятия. Заработная плата у него высокая, в этом плане он всем доволен и никаких требований не предъявляет. Однако в любой момент Иванов может выкинуть фортель – не выйти на работу и подставить руководство предприятия. Например, он может позвонить генеральному директору и заявить: «Ко мне свояк приехал, так что я на две недели уезжаю с ним порыбачить». И цех тоже встанет на две недели, потому что заменить Иванова некем. Производство стоит, рабочие отдыхают, предприятие теряет деньги. И все из-за распушенности одного человека. Причем уволить его невозможно – второго такого специалиста не найти.

Ситуация 4. «Поправка на стаж»

В строительной компании из-за расширения объемов проектных работ возникла необходимость в дополнительной штатной единице инженера-конструктора. Начальник проектного отдела предложил своего кандидата.

Несмотря на небольшой опыт его протее, заработная плата была назначена ему выше в 1,7 раза, нежели у двух давно работающих в компании сотрудников. Инженеры-конструкторы – старейшины компании, узнав о таком положении дел, обратились к директору по персоналу с просьбой разрешить столь противоречивую ситуацию. Основной акцент сделан был ими на собственном большом стаже работы в компании и конкретном опыте работы.

Ситуация 5. «Святая ложь, или как отучить сотрудников врать?»

Интернет-магазин «ST***х» торгует канцелярскими принадлежностями с доставкой в офис или на дом и обслуживает как компании, так и частные лица. Работает магазин по предоплате: клиент сначала оплачивает покупку, а затем ее доставляют. В качестве курьеров в ST***х работает в основном молодежь, и с ними больше всего проблем. В день магазин получает по семь-восемь жалоб на некачественное обслуживание, недоставку, задержку, некомплект и т.д. Когда вызываешь курьера и разбираешь с ним конкретную жалобу, то он начинает отказываться, утверждает, что приехал вовремя, все передал, был сама вежливость, есть даже свидетели. И так каждый раз. Просишь написать объяснительную, так и пишет.

Клиенты возмущаются, перестают пользоваться услугами магазина, но и фирме такие работники не нужны. Расстанутся с ними быстро, но вот беда – на их место приходят такие же. На детекторе лжи их проверять бесполезно, потому что они искренне верят в то, что их манера общения – в пределах нормы, поэтому они никому не грубят. Часовое опоздание они опозданием не считают, потому что раз клиент их не дождался, возможно, его и час назад тоже не было, в этом они уверены. Если клиент отсутствует на месте или отказывается от покупки по причине некомплекта или брака, то они «забывают» потом сдать товар на склад. Продажи резко пошли вниз, компания занимает верхние строчки в черных списках тех, с кем не рекомендуется иметь дело по причине ненадежности.

Ситуация 6. Невыполнимые обещания

В иностранной компании Lest***, как и во многих других, существует обязательное условие – все сотрудники должны владеть английским языком на уровне рабочего. Чтобы поддерживать заданный уровень, в компании действует следующая программа: раз в полгода каждый сотрудник обязан пройти языковые курсы – для совершенствования навыков или дальнейшего обучения, если это необходимо. Менеджеры высшего звена имеют право на зарубежную языковую стажировку. Все расходы по программе оплачивает компания.

И вот в филиале Lest***, чтобы удержать одного из ключевых сотрудников, HR-менеджер пообещал ему зарубежную языковую стажировку, на которую тот формально не имел право, так как не входил в число топов. И вот в головной офис компании отправился

запрос на выделение средств на обучение сотрудника.

Ситуация 7. Как правильно нарушать правила?

В компании М***З действует одно строгое правило, которое обязательно должно всегда и всеми соблюдаться. Это прописано во всех инструкциях и локально-нормативных актах. Все работники об этом знают. «За нарушение техники безопасности – безоговорочное увольнение». Это правило спасло жизнь многим сотрудникам и всегда строго выполнялось. Но вот случилось то, чего никто не мог ожидать. Один из самых уважаемых сотрудников, который проработал на предприятии долгое время, работал на высоте, не пристегнувшись ремнем. Это очень серьезное нарушение техники безопасности. И если бы это был новичок, то работника уволили бы, не задумываясь. Но этот сотрудник очень дорог компании и увольнять его жалко.

ОЦЕНИВАНИЕ ГРУППОВОГО ЗАДАНИЯ

Шкала оценивания		Критерии оценивания
Зачтено	Отлично	Группа четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры.
	Хорошо	Отдельные члены группы допускают отдельные погрешности в ответе.
	Удовлетворительно	Многие члены группы допускают пробелы в знаниях основного учебно-программного материала.
Не зачтено	Неудовлетворительно	Большинство членов группы допускает существенные пробелы в знаниях основных разделов учебной дисциплины, демонстрирует неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи, неумение использовать понятийный аппарат в решении практических задач и отсутствие логической связи в ответе.

3.1.4. Тестирование

Тема «Функции управления»

1. Набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий – это:

- А. делегирование полномочий;
- Б. обозначение целей и миссии;
- В. планирование.

2. Миссия помогает определить:

- А. чем в действительности занимается предприятие;
- Б. качество товара;
- В. уровень продаж.

3. Цели не должны быть:

- А. достижимыми;
- Б. гибкими;
- В. несовместимыми.

4. К ключевым пространствам, в рамках которых предприятие определяет свои цели, относится:

- А. прибыльность;
- Б. рентабельность;
- В. уровень з/п.

5. К экономическим факторам внешней среды не относится:

- А. платежный баланс;

- Б. темпы инфляции;
- В. условия кредитования.

6. К рыночным факторам внешней среды относится:

- А. распределение доходов населения;
- Б. защита против иностранных конкурентов;
- В. отношение к предпринимательству.

7. Методическая оценка функциональных зон организации, предназначенная для выявления сильных и слабых сторон организации – это:

- А. стратегическое планирование;
- Б. создание концепции устойчивого развития предприятия;
- В. управленческое обследование.

8. Выделяют ... основных этапов стратегического планирования:

- А. пять;
- Б. шесть;
- В. семь.

9. Применяя метод ..., удастся установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации и внешними угрозами и возможностями.

- А. стратегического планирования;
- Б. распределения полномочий;
- В. SWOT.

10. Стратегия развития рынка заключается в:

- А. усилении позиции фирмы на рынке за счет маркетинга
- Б. увеличении доли рынка за счет привлечения новых клиентов
- В. развитии новых технологий производства

11. Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:

- а) Создание, становление, развитие, возрождение;
- б) Рождение, зрелость;
- в) Рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;
- г) Рождение, зрелость, возрождение;
- д) Создание, развитие, зрелость, старение.

12. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:

- а) Потребители, конкуренты, законы; б) Цели, задачи;
- в) Персонал, технологии; г) Структура управления; д) конкуренты

13. Суть делегирования состоит:

- а) в установление приоритетов
- б) передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена
- в) передаче ответственности на более низкий уровень управления
- г) в доверии к своим подчиненным

14. Если Вам придется объяснять что следует понимать под организацией, Вы скажете, что это:

- а) Объединение людей для выполнения определенных работ;
- б). Сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели;
- в) Группа людей, которые совместно реализуют определенные программы; .
- г) Группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей;
- д) Объединение людей по интересам.

15. К внутренней среде относятся:

- а) Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
- б) Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии,

групповые интересы, международная среда;

в) Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;

г) Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль ;

д) Партнеры, персонал, социально-психологические условия.

16. К внешней среде организации непрямого действия относятся:

а) Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;

б). Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;

в) Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;

г) Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;

д) Партнеры, персонал, социально-психологические условия.

17. Что не относится к факторам внешней среды косвенного воздействия?

а) технологии и НТП б) контактные аудитории

в) состояние экономики г) социокультурные политические факторы

18. Внутриорганизационные процессы не включают:

а) структуру, технологию, кадры; б) коммуникацию, координацию

в) личные цели сотрудников; г) принятие управленческих решений

19. К элементам, составляющим среду косвенного воздействия на предприятие, относятся...

а) конкуренты

б) природно-климатические условия

в) международные события

г) поставщики

20. Делегирование полномочий можно определить как:

а) процесс, при котором руководители поручают часть своих прав людям, ответственным перед ним, тем самым, преумножая свою власть

б) способ побуждения людей для достижения поставленной цели

в) совокупность работников аппарата управления, которые находятся на одном управленческом уровне

г) разработка планов на перспективу

21. Для небольшой фирмы, производящей один или несколько видов продукции или услуг, с точки зрения теории менеджмента наиболее приемлема организационная структура

а) дивизиональная б) матричная

в) неформальная г) линейно-функциональная

22. В менеджменте дивизиональное деление организационной структуры основывается на таких принципах, как...

а) продуктовый б) политический

в) географический г) потребительский

23. Полномочия, которые передаются непосредственно от начальника к подчиненному, называются:

а) линейные полномочия б) ответственность

в) оперативное управление г) штабные полномочия

24. Вертикальный принцип разделения труда предполагает:

а) создание иерархии уровней управления, чтобы скоординировать горизонтально разделенную управленческую работу;

б) расстановку руководителей во главе отдельных подразделений, отделов;

в) принятие обязательств по выполнению определенной задачи и ответственности за её удовлетворительное решение

г) функционирование фирмы в соответствии с утвержденным планом.

25. Руководитель имеет дело с двумя главными типами вознаграждения:

- А. внешним и внутренним;
- Б. материальным и нематериальным;
- В. прямым и косвенным.

26. Условно потребности можно разделить на:

- А. первичные, вторичные;
- Б. физиологические, психологические, социальные;
- В. нет правильного ответа.

27. Содержательные теории мотивации в первую очередь стараются определить потребности:

- А. фирмы;
- Б. населения;
- В. побуждающие людей к действию.

28. В пирамиде потребностей А. Маслоу 4 ступень – это:

- А. потребности в безопасности;
- Б. потребность в самоактуализации;
- В. потребность в признании.

29. Согласно теории Маслоу ... является высшей в иерархии:

- А. потребности в безопасности;
- Б. потребность в самореализации;
- В. потребность в любви и принадлежности.

30. Двухфакторную теорию мотивации разработал:

- А. Маслоу;
- Б. Герцберг;
- В. Врум.

31. Модель Портера-Лоулера относится к:

- А. процессуальным теориям мотивации;
- Б. классическим теориям мотивации;
- В. двухфакторным теориям мотивации.

32. Отрицательные приемы мотивации:

- А. Выговор, увольнение, депермирование
- Б. Повышение нормы выработки
- В. Отсутствие мотивации

33. Оплата расходов на проезд к месту работы, районный коэффициент, доплата за работу во вредных условиях – это...

- А. Положительные приемы мотивации
- Б. Отрицательные приемы мотивации
- В. Компенсационные выплаты

34. Теория ожидания основывается на:

- А. Сравнении вознаграждений работников
- Б. Затратах труда и результатов вознаграждения
- В. Достижении цели в трудовой деятельности

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ТЕСТ

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Отлично (высокий уровень)	выставляется, если задание выполнено на 75-100%
Хорошо (продвинутый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 61-74%
Удовлетворительно (пороговый уровень)	выставляется, если задание выполнено на 41-60%

Неудовлетворительно (ниже порогового уровня)	выставляется, если задание выполнено менее чем на 40%
---	---

3.1.5. Индивидуальное задание

Тема «Организация как социально-экономическая система»

Задание 1. Изобразите схематично производственную структуру предприятия.

Задание 2. Начертите схему организационной структуры предприятия и обоснуйте ее тип.

Задание 3. Начертите структуру управления предприятием и обоснуйте ее тип по нескольким классификационным признакам.

Данные для выполнения задания:

1. ЗАО «Русь»

Состав подразделений:

1. Основное производство: отделение №1; отделение №2; тракторно-полеводческая бригада №1; тракторно-полеводческая бригада №2; тракторно-полеводческая бригада №3; овощеводческая бригада №1, овощеводческая бригада №2; бригада в молочном скотоводстве №1, бригада в молочном скотоводстве №2; бригада в молочном скотоводстве №3; бригада по откорму КРС.

2. Функциональные подразделения: отдел кадров, бухгалтерия, планово-экономический отдел, агрономический отдел, зоотехническая служба, ветеринарная служба, отдел снабжения, инженерно-техническая служба, энергетическая служба, юридическая служба, диспетчерская служба, канцелярия, охрана.

3. Вспомогательные и обслуживающие подразделения: центральная ремонтная мастерская (ЦРМ); автопарк; котельная; склады; нефтехозяйство; столовая; мельница; пекарня; молочный цех; лаборатория.

Акционеров голосующих акций – 65 человек

2. МУП "Заря"

Состав подразделений:

1. Основное производство: тракторная бригада; полеводческая бригада №1; полеводческая бригада №2; звероферма; молочно-товарная ферма, в составе которой бригада в молочном скотоводстве №1, бригада в молочном скотоводстве №2, бригада по откорму молодняка, цех по переработке молока.

2. Функциональные подразделения: отдел кадров, отдел бухгалтерского учета и финансов, экономический отдел, агрономический отдел, зоотехническая служба, ветеринарная служба, коммерческая служба, инженерная служба, юридический отдел, диспетчерская служба, секретариат, охрана.

3. Вспомогательные и обслуживающие подразделения: гараж; ремонтная мастерская; строительная бригада; складское хозяйство; кочегарка; нефтехозяйство; жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ).

3. СПК «Восход»

Состав подразделений:

1. Основное производство: цех растениеводства; цех животноводства; тракторно-полеводческая бригада №1; тракторно-полеводческая бригада №2; тракторно-полеводческая бригада №3; овощеводческая бригада; бригада по откорму КРС №1; бригада по откорму КРС №2; бригада в молочном скотоводстве, бригада по откорму свиней.

2. Функциональные подразделения: отдел кадров, финансовый отдел, учетный

отдел, планово-экономический отдел, агрономический отдел, зоотехническая служба, ветеринарная служба, служба маркетинга, инженерно-техническая служба, энергетическая служба, юридическая служба, секретариат, канцелярия, охрана.

3. Вспомогательные и обслуживающие подразделения: цех механизации; кормоцех; цех по переработке молока; ЦРМ; котельная; строительный цех (пилорама, столярная мастерская); гараж; складское хозяйство; нефтебаза.

4. ООО «Алтайское»

Состав подразделений:

1. Основное производство: полеводческая бригада №1; полеводческая бригада №2; бригада в молочном скотоводстве №1, бригада в молочном скотоводстве №2, пасека, маслоцех.

2. Функциональные подразделения: отдел кадров, отдел бухгалтерского учета и финансов, планово-экономический отдел, агрономический отдел, зоотехническая служба, ветеринарная служба, отдел снабжения, инженерная служба, энергетическая служба, секретариат, охрана.

3. Вспомогательные и обслуживающие подразделения: гараж; ремонтная мастерская; склад; кочегарка.

Методика выполнения задания:

1. Изучите специализацию предприятия, определите сочетание отраслей в нем.
2. Проанализируйте организационное устройство предприятия.
3. Используя графический метод, изобразите схематично организационную структуру предприятия.
4. Определите количество ступеней (уровней) в организационной структуре и ее тип.
5. В зависимости от специализации предприятия, его организационно-правовой формы и др. факторов, определите состав высших, исполнительных и контролирующих органов управления анализируемого предприятия.
6. Определите состав высшего, среднего и низового уровней управления.
7. С помощью графического метода, начертите структуру управления организацией.
8. Определите количество ступеней (уровней) управления в структуре управления и обоснуйте ее тип.

Тема «Менеджеры в организации»

1. Каждый студент выбирает должность какого-либо менеджера (главный агроном, управляющий отделением, бригадир, начальник цеха и др.), на примере которой будут анализировать его функции.

3. Используя должностную инструкцию или на основе личного опыта (работа в должности, прохождение практики, стажировка и др.) студенты приводят по 3-4 примера видов деятельности (работ, процессов), которые выполняет выбранный ими менеджер, реализуя ту или иную функцию. Студенты заполняют таблицу «Функции менеджера».

4. По окончании заполнения таблицы студенты докладывают о результатах. Проводится совместное обсуждение преподавателем и студентами приведенных примеров.

Таблица – Функции менеджера

Функции	Примеры вида деятельности (работы, задачи, процесса)
Планирование	

Организация	
Координация	
Мотивация	
Контроль	

*Фрагмент должностной инструкции
управляющего отделением (фермой, сельскохозяйственным участком)*

I. Общие положения

1. Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) относится к категории руководителей.
2. На должность управляющего отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование и стаж работы по специальности не менее 3 лет или среднее профессиональное образование и стаж работы по специальности не менее 5 лет.
3. Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) должен знать:
 - 3.1. Постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся вопросов сельскохозяйственного производства и производственно-хозяйственной деятельности отделения (фермы, сельскохозяйственного участка).
 - 3.2. Технологию сельскохозяйственного производства и передовой сельскохозяйственный опыт.
 - 3.3. Основы экономики, организации производства, труда и управления.
 - 3.4. Системы оплаты труда, материального и морального стимулирования, методы нормирования труда.
 - 3.5. Законодательство о труде.
 - 3.6. Земельное законодательств.
 - 3.7. Правила внутреннего трудового распорядка.
 - 3.8. Правила охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.
4. Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) подчиняется непосредственно директору организации.
5. На время отсутствия управляющего отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) его обязанности исполняет его заместитель; при отсутствии такового - лицо, назначенное приказом директора организации.
6. Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) осуществляет руководство работниками отделения (фермы, сельскохозяйственного отделения).

II. Должностные обязанности

Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком):

1. Осуществляет руководство производственно-хозяйственной деятельностью отделения (фермы, сельскохозяйственного участка).
2. Участвует в разработке заданий по производству сельскохозяйственной продукции и обеспечивает их выполнение.
3. Ведет переговоры, связанные с поставками, заказами и сбытом продукции.
4. Обеспечивает рациональное использование трудовых ресурсов, земли, зданий, сооружений, технических и других средств производства, организацию производства,

механизацию производственных процессов, выявление и использование резервов повышения производительности труда.

5. Организует внедрение передовой технологии производства, передовых приемов возделывания высокоурожайных сортов сельскохозяйственных культур и выведения пород скота, научно обоснованной системы внесения удобрений.

6. Добивается экономии трудовых, материальных и денежных ресурсов.

7. Обеспечивает применение прогрессивных систем заработной платы и материального стимулирования, научно обоснованных норм выработки, развитие рационализации и изобретательства.

8. Организует учет и составление установленной отчетности о производственной деятельности отделения (фермы, сельскохозяйственного участка).

9. Контролирует соблюдение работниками производственной, трудовой дисциплины, выполнение правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной защите и производственной санитарии.

10. Вносит предложения о поощрении отличившихся работников и наложении в необходимых случаях дисциплинарных взысканий на нарушителей производственной и трудовой дисциплины.

11. Участвует в организации подготовки и повышения квалификации кадров.

12. Осуществляет руководство работниками отделения (фермы, сельскохозяйственного участка).

III. Права

Управляющий отделением (фермой, сельскохозяйственным участком) имеет право:

1. Представлять интересы организации по вопросам организационно-хозяйственной деятельности отделения (фермы, сельскохозяйственного участка) во взаимоотношениях с иными организациями и органами государственной власти.

2. Знакомиться с проектами решений руководителя организации, касающихся деятельности отдела.

3. Присутствовать на заседаниях, собраниях организации по вопросам, касающимся деятельности отдела.

4. Вносить на рассмотрение руководителя организации предложения по улучшению деятельности организации и совершенствованию методов работы; замечания по деятельности как отдела, так и организации в целом; варианты устранения имеющихся в деятельности организации и отдела недостатков.

5. Осуществлять взаимодействие со всеми (отдельными) структурными подразделениями организации.

6. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.

7. Требовать от руководителя организации оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

8. Вносить на рассмотрение руководителя организации представления о назначении, перемещении и увольнении работников отделения (фермы, сельскохозяйственного участка); предложения об их поощрении или о наложении на них взысканий.

Тема «Организационные процессы»

1. Каждый студент выполняет роль сотрудников подразделений: бухгалтерия, отдел кадров, экономический отдел, служба безопасности, агрономическая служба, отдел маркетинга и др.

2. Каждый студент выбирает 1 управленческую ситуацию (см. примерный

перечень управленческих ситуаций).

3. В соответствии с ситуацией разрабатывают проект документа (докладная записка, письмо, служебная записка, распоряжение и др.) и передают его в другую малую группу.

4. Студенты в соответствии с полученными документами готовят ответ на них (письменно).

5. Преподаватель проверяет правильность составления документов и соответствие их управленческой ситуации.

Примерный перечень управленческих ситуаций

1. Нарушение трудовой дисциплины сотрудником отдела.
2. Проведение конференции.
3. Разработка новой системы оплаты труда.
4. Нарушение договора поставки товаров.
5. Предложение о сотрудничестве.
6. Запрос информации о стоимости услуг.
7. Напоминание об истечении срока исполнения обязательства.
8. Приглашение на презентацию.
9. Представление на премирование.
10. Ненадлежащее исполнение задания сотрудником другого отдела.

ОЦЕНИВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Шкала оценивания		Критерии оценивания
Зачтено	Отлично	Обучающийся четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры.
	Хорошо	Обучающийся допускает отдельные погрешности в ответе.
	Удовлетворительно	Обучающийся допускает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала.
Не зачтено	Неудовлетворительно	Обучающийся допускает существенные пробелы в знаниях основных разделов учебной дисциплины, демонстрирует неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи, неумение использовать понятийный аппарат в решении практических задач и отсутствие логической связи в ответе.

3.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

3.2.1. Вопросы к зачету

1. Управление в социально-экономических системах.
2. Характеристика деятельности (управления) формальной организации.
3. Управление в группах. Методы, подходы.
4. Власть в организации. Источники власти.
5. Методы менеджмента: экономические, организационно – распорядительные, социально – психологические.
6. Управление конфликтами, стрессами и изменениями.
7. Сущность планирования.
8. Реализация стратегии.

9. Понятие организационной структуры. Построение подразделений.
10. Распределение полномочий.
11. Понятие и сущность мотивационного процесса.
12. Содержательные теории мотивации.
13. Процессуальные теории мотивации.
14. Понятие, виды и процесс контроля.
15. Особенности мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях.
16. Сущность коммуникационного процесса.
17. Понятие и классификация управленческих решений.
18. Разработка и принятие управленческих решений.
19. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия
20. 7. Значимость вторичной информации в принятии маркетинговых решений.
21. . Маркетинговые исследования в России и за рубежом: сравнительная характеристика.
22. . Состояние и динамика российского рынка маркетинговых исследований.
23. . Зарубежный опыт поведения маркетинговых исследований.
24. . Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований.
25. . Микс- методики маркетинговых исследований.
26. . Современные средства формирования спроса и стимулирования сбыта.
27. Реклама, как инструмент коммуникационной политики фирмы. Ее актуальность в современной России.
28. . Скрытая реклама как инструмент маркетинговых коммуника-ций.
29. . Выставочная и ярмарочная деятельность предприятий.
30. . Маркетинг товаров рыночной новизны.
31. . Особенности маркетинга на разных этапах жизненного цикла товара.
32. . Оптимизация сбытовой политики предприятия.
33. . Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
34. . Процесс организации прямого маркетинга.
35. . Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
36. . Виды маркетинговых стратегий.
37. . Модель поведения потребителей.
38. . Стратегия целевого маркетинга, основные элементы.
39. . Понятие и цели сегментирования.
40. . Позиционирование товара.

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ЗАЧЕТЕ (С ОЦЕНКОЙ)

5-балльная шкала оценивания	Критерии оценивания
отлично (высокий уровень)	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.
Хорошо (продвинутый уровень)	- Обучающимся дан полный 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
Удовлетворитель но (пороговый уровень)	Обучающимся дан неполный ответ по предложенной проблеме; - логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения; - допущены ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; - на дополнительные вопросы даны неточные или не раскрывающие сути проблемы ответы; - затрудняется в приведении примеров; - допускает некоторые методические ошибки; - допускает некоторые речевые ошибки
Неудовлетворите льно (ниже порогового уровня)	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.

4. ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ДЛЯ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПК-4

1. Группы можно классифицировать по целям их создания. Так, группа, формируемая для оперативного достижения целей, носит название целевой или проектной, а группа, созданная для долговременного выполнения определенной функции, называется:

- 1) социально-экономической группой;
- 2) группой по интересам;
- 3) функциональной группой;
- 4) производственной группой;

5) постоянной группой.

2. В каждой организации всегда имеются следующие группы:

- 1) целевые;
- 2) формальные;
- 3) неформальные;
- 4) управленческие;
- 5) условные.

3. Ясность целей и согласие с ними членов группы предопределяют успешное их достижение. Для того чтобы достичь целей, руководитель должен:

- 1) единолично ставить цели перед группой в целом и каждым ее членом в отдельности;
- 2) делегировать полномочия по определению целей одному-двум своим подчиненным;
- 3) не принимать во внимание никаких советов и предложений со стороны членов группы;
- 4) привлекать к процессу постановки целей всех членов группы;
- 5) проводить обсуждение целей только после того, как они поставлены перед членами группы.

4. Люди образуют группы в силу следующих причин:

- 1) возможности удовлетворять потребности в общении;
- 2) пространственной близости;
- 3) общности установок и ценностей;
- 4) привлекательности целей группы;
- 5) эмоциональной близости и разделяемых чувств.

5. Этапами развития группы являются:

- 1) планирование;
- 2) организация;
- 3) нормирование;
- 4) расформирование;
- 5) бурление.

6. Основными характеристиками группы, зависящими от типа взаимоотношений и взаимодействий ее членов, являются:

- 1) групповая сплоченность;
- 2) размер группы;
- 3) групповой процесс;
- 4) роли членов группы;
- 5) лидерство.

7. Условиями функционирования группы определяются следующие ее характеристики:

- 1) система вознаграждений;
- 2) структура группы;
- 3) задачи, решаемые группой;
- 4) групповые нормы;
- 5) пространственное расположение членов группы.

8. Нормы предписывают, как и что необходимо делать группе в целом и каждому из ее членов в отдельности. Они могут быть писаными и неписаными. Групповые нормы определяют:

- 1) задачи, решаемые группой;
- 2) структуру группы;
- 3) статус членов группы;
- 4) поведение членов группы;
- 5) роли членов группы.

9. Оптимальный размер группы составляет:

- 1) 3-4 человека;
- 2) 5-7 человек;
- 3) 15-20 человек;
- 4) не более 3 человек;
- 5) более 20 человек.

10. Если задачи, стоящие перед группой, достаточно просты и не связаны между собой, то:

- 1) сплоченность членов группы невысока;
- 2) требуется, чтобы члены группы сотрудничали друг с другом;
- 3) каждый член группы будет стремиться к соперничеству;
- 4) можно легко оценить индивидуальные результаты труда каждого члена группы;
- 5) это не способствует укреплению дружеских чувств между членами группы.

11. Типами формальных групп являются:

- 1) рабочие группы;
- 2) самоуправляемые команды;
- 3) команды менеджеров;
- 4) дружеские группы;
- 5) комитет

12. Из приведенных ниже утверждений правильным является:

- 1) все группы создаются для выполнения определенной функции;
- 2) во всех формальных группах все решения принимает руководитель, являющийся формальным лидером;
- 3) некоторые группы создаются преимущественно для решения определенных проблем;
- 4) все группы характеризуются высоким уровнем сплоченности;
- 5) все группы самостоятельно выполняют управленческие функции.

13. Эффективность групповой работы зависит от:

- 1) условий деятельности организации;
- 2) характеристик группы и стадии ее развития;
- 3) поддерживающего окружения;
- 4) характеристик членов группы;
- 5) целей и задач, стоящих перед группой.

14. Среди приведенных ниже утверждений правильными являются:

- 1) чем больше размер группы, тем выше эффективность ее деятельности;
- 2) если размер группы составляет 5-10 человек, то эффективность ее деятельности высока;
- 3) чем больше размер группы, тем ниже эффективность ее деятельности;
- 4) если размер группы не превышает 3 человек, то эффективность ее деятельности низка;
- 5) чем меньше размер группы, тем выше; эффективность ее деятельности.

15. Руководитель имеет дело с двумя главными типами вознаграждения:

- А. внешним и внутренним;
- Б. материальным и нематериальным;
- В. прямым и косвенным.

16. Условно потребности можно разделить на:

- А. первичные, вторичные;
- Б. физиологические, психологические, социальные;
- В. нет правильного ответа.

17. Содержательные теории мотивации в первую очередь стараются определить потребности:

- А. фирмы;

- Б. населения;
- В. побуждающие людей к действию.

18. В пирамиде потребностей А. Маслоу 4 ступень – это:

- А. потребности в безопасности;
- Б. потребность в самоактуализации;
- В. потребность в признании.

19. Согласно теории Маслоу ... является высшей в иерархии:

- А. потребности в безопасности;
- Б. потребность в самореализации;
- В. потребность в любви и принадлежности.

20. Двухфакторную теорию мотивации разработал:

- А. Маслоу;
- Б. Герцберг;
- В. Врум.

21. Модель Портера-Лоулера относится к:

- А. процессуальным теориям мотивации;
- Б. классическим теориям мотивации;
- В. двухфакторным теориям мотивации.

22. Отрицательные приемы мотивации:

- А. Выговор, увольнение, депермирование
- Б. Повышение нормы выработки
- В. Отсутствие мотивации

23. .Оплата расходов на проезд к месту работы, районный коэффициент, доплата за работу во вредных условиях – это...

- А. Положительные приемы мотивации
- Б. Отрицательные приемы мотивации
- В. Компенсационные выплаты

24. Теория ожидания основывается на:

- А. Сравнении вознаграждений работников
- Б. Затратах труда и результатов вознаграждения
- В. Достижении цели в трудовой деятельности

25. Руководитель имеет дело с двумя главными типами вознаграждения:

- А. внешним и внутренним;
- Б. материальным и нематериальным;
- В. прямым и косвенным.

26. Маркетинг, включающий понятие «качество жизни»

- а) управленческий
- б) социально-этический
- в) распределительный
- г) функциональный

27. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо

- а) потребность
- б) запрос
- в) нужда
- г) желание

28. Деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие предприятие и ее конкурентов материальными ресурсами для производства товаров и услуг

- а) клиенты
- б) финансовые структуры

- в) поставщики
- г) целевые аудитории

29. Потребность, которая подкреплена покупательной способностью

- а) запрос
- б) необходимость
- в) нужда
- г) желание

30. Функция маркетинга, которая включает организацию системы коммуникаций на предприятии

- а) аналитическая
- б) производственная
- в) организационная
- г) сбытовая

31. Функция маркетинга, которая изучает товарную структуру

- а) сбытовая
- б) аналитическая
- в) производственная
- г) организационная

32. Основа классификации товаров личного потребления

- а) степень участия в процессе производства
- б) авторское право
- в) срок использования
- г) рыночные позиции

33. Вид информации, при которой данные извлекаются из деловой документации предприятия

- а) вторичная внешняя
- б) первичная
- в) вторичная внутренняя
- г) исследования

34. Книги, периодика, справочники – это источники информации

- а) первичной информации
- б) вторичной внешней
- в) вторичной внутренней
- г) исследований

35. Экспертные оценки

- а) орудие исследования
- б) методы исследования
- в) виды информации
- г) способы связи с аудиторией

36. Группа лиц, призванная олицетворять собой население в целом

- а) потребители
- б) выборка
- в) аудитория
- г) покупатели

37. Вид маркетингового исследования, основанное на сборе вторичной информации

- а) опрос
- б) полевое исследование
- в) кабинетное исследование
- г) наблюдение

38. Чаще всего объектом сегментации является

- а) товар
- б) потребитель
- в) конкурент
- г) поставщик

39. Роль позиционирования товара на рынке

- а) выявляет сегмент
- б) убеждает потребителя
- в) информирует потребителя
- г) определяет конкурентные преимущества

40. Совокупность психологических характеристик человека, обеспечивающих постоянство его ответных реакций

- а) тип личности
- б) образ жизни
- в) потребность
- г) запрос

41. Устоявшиеся формы бытия человека в мире, находящие свое выражение в его деятельности, интересах и убеждениях

- а) желание
- б) тип личности
- в) образ жизни
- г) поведение

42. Вид конкуренции, при которой предприятия широко оповещают о снижении цен на выпускаемые товары

- а) скрытая ценовая
- б) неценовая
- в) прямая ценовая
- г) предметная

43. Конкуренция на основе качества

- а) неценовая
- б) ценовая
- в) предметная
- г) видовая

44. Один из сильнейших орудий неценовой конкуренции

- а) цена
- б) реклама
- в) скидки
- г) презентация

45. Элемент маркетинга, который относится к «паблик рилейшнз» (ПР)

а) телемаркетинг

б) спонсорство

в) продажа по каталогам

г) товарная реклама

ОЦЕНИВАНИЕ ОТВЕТА НА ИТОГОВЫЙ ТЕСТ:

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%