

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.03.2026 11:01:08
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Уровень образования бакалавриат
(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки 19.03.02-Продукты питания из растительного сырья
бакалавриата/магистратуры/специальность (код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления Технология бродильных производств и виноделие
подготовки/специализация (наименование)

Разработчик  Муллахмедова С.С., к.э.н., доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры ГиМУ
« 20 » 09 2023 г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Шабанова М. М., д.э.н., проф.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2023

Оглавление

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)	3
2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП.....	4
2.1.2. Этапы формирования компетенций	6
2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания	8
2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования	8
2.2.2. Описание шкал оценивания.....	10
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП.....	11
3.1. Задания и вопросы для входного контроля	11
3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций.....	11
3.3. Задания для промежуточной аттестации зачета и экзамена.....	30

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины Менеджмент и маркетинги предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.02 – Технология безалкогольных напитков.

Рабочей программой дисциплины Менеджмент и маркетинг предусмотрено формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

ОПК-5 Способен к оценке эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, используемых по дисциплине Менеджмент и маркетинг:

- Контрольная работа
- Тест (для текущего контроля)
- Устный опрос
- Вопросы для проведения зачета и экзамена

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. - знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия.	ТЕМА 1. ОБЩАЯ ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ
	УК-3.2. - умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста	ТЕМА 5. ГРУППОВАЯ ДИНАМИКА, РУКОВОДСТВО, ЛИДЕРСТВО И ВЛАСТЬ В ОРГАНИЗАЦИИ
	УК-3.3. - владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	ТЕМА 3. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА
УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает методы принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ МЕНЕДЖМЕНТА
	УК-10.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ТЕМА 4. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

¹Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

	УК-10.3. Владеет навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	ТЕМА 6: МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ОПК-5 Способен к оценке эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики	ОПК-5.1 Знает методы оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики	ТЕМА 7: ЦЕНА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА
	ОПК-5.2 Умеет оценить эффективность результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики	ТЕМА 8: СБЫТОВАЯ И ТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
	ОПК-5.3 Владеет способами оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики	ТЕМА 9: МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Таблица 2 (7 семестр)

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции						
		Этап текущих аттестаций					Этап промежуточной аттестации	
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя	
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация	
1		2	3	4	5	6	7	
УК - 3	УК-3.1. - знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия.	(Тест № 1, контрольная работа)				+	-	
	УК-3.2. - умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста	(Тест № 1 контрольная работа)				+	-	
	УК-3.3. - владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем.	(Тест № 1 контрольная работа)				+	-	
УК-10	УК-10.1. Знает методы принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности		Тест № 2, контрольная работа)			+	-	
	УК-10.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях		(Тест № 2, контрольная работа)			+	-	

	жизнедеятельности						
	УК-10.3. Владеет навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности		(Тест № 2, контрольная работа)		+	-	
ОПК-5	ОПК-5.1 Знает методы оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики			(Тест № 3 контрольная работа)	+	-	
	ОПК-5.2 Умеет оценить эффективность результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики			(Тест № 3 контрольная работа)	+	-	
	ОПК-5.3 Владеет способами оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики			(Тест № 3 контрольная работа)	+	-	
	ОПК-5.1 Знает методы оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в конкурентных условиях современной экономики			(Тест № 3 контрольная работа)	+		Контрольная работа для проведения зачета

Сформированность компетенций по дисциплине Менеджмент и маркетинг определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций**

2. **Этап промежуточных аттестаций**

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР– курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Менеджмент и маркетинг является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП.	Обучающийся владеет знаниями основного материал на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные,

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибальная, двадцатибальная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибальная	двадцатибальная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; – исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; – правильно формирует определения; – демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; – умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; – достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; – демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; – умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует общее знание изучаемого материала; – испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; – знает основную рекомендуемую литературу; – умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> – незнания значительной части программного материала; – не владения понятийным аппаратом дисциплины; – допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Что изучает экономика?
2. Что понимается под микро- и макроэкономикой?
3. Спрос и предложение
4. Определение рынка. Основные элементы рынка.
5. Что такое конкуренция. Ее основные виды.
6. Типы государственного регулирования экономики.
7. Издержки. Их сущность и структура.
8. Характеристику основным факторам производства.
9. Экономическая природа прибыли.
10. Экономические функции государства в экономике смешанного типа.
11. Экономическая политика в условиях инфляции.
12. Понятие основных и оборотных фондов предприятия.
13. Производственная мощность предприятия.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для входной контрольной работ:

- оценка «отлично»: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по дисциплине демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Обучающийся владеет терминологией, способен приводить примеры, высказывает свою точку зрения с опорой на знания и опыт;

- оценка «хорошо»: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ логичен, выстроен, но совершены единичные ошибки. Не в полной мере владеет знаниями по всей дисциплине. Даны ответы на дополнительные, поясняющие вопросы;

- оценка «удовлетворительно»: ответ на вопрос не полный, с ошибками. Обучающийся путается в деталях, с затруднением пользуется профессиональной терминологией. Есть замечания к построению ответа, к логике и последовательности изложения. Не отвечает на дополнительные вопросы;

- оценка «неудовлетворительно»: ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствует фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная, не используется профессиональная терминология. Ответы на дополнительные вопросы не даны или неверные.

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Контрольная работа №1

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 4.

- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант №1

1. Дайте определение менеджменту. Чем понятие "менеджмент" отличается от понятия "управления".
2. Опишите кратко основные уровни управления.
3. По каким критериям классифицируются фирмы.

Вариант №2

1. Охарактеризуйте основные концепции науки управления.
2. Определите различия между горизонтальным и вертикальным разделением труда.
3. В чем разница между менеджером и предпринимателем.

Вариант №3

1. Какие существуют подходы к управлению.
2. Какими качествами должен обладать менеджер.
3. Что понимается под организационной структурой фирмы.

Вариант №4

1. Цели и задачи менеджмента.
2. Назовите внутренние переменные организации. Что понимается под целью и какие бывают цели.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

Контрольная работа № 2

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 6.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 2.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант №1

1. Определите формальную организацию с точки зрения ее основных характеристик.

2. Что подразумевают под внешней средой организации.
3. Сущность понятия стратегии и ее основные виды.

Вариант №2

1. Развитие неформальных организаций и их характеристики.
2. Природа и причины стресса.

Вариант №3

1. Управление неформальной организацией.
2. Меры успешного проведения изменений в организации.

Вариант №4

1. Природа конфликта в организации.
2. Формы власти и влияния.

Вариант №5

1. Причины и типы конфликта.
2. Стил менеджмента и имидж менеджера.

Вариант №6

1. Методы разрешения конфликтов.
2. Руководитель в организации.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

Контрольная работа № 3

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - _8_.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 2.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант №1

1. Понятие спроса, предложения, цены. Их значение и взаимосвязь
2. Основные параметры внутренней среды маркетинга и их роль

3. Организация маркетинга на предприятии

Вариант №2

1. Регулирование маркетинговой деятельности обществом
2. Основные понятия и термины маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их значение
3. Основные параметры внешней среды маркетинга и их роль

Вариант №3

1. Сущность стратегического управления, его принципы и модели
2. Условия формирования и эволюция конкуренции и маркетинга
3. Сущность и значение маркетинга как методологии предпринимательской деятельности

Вариант №4

1. Планирование маркетинговой деятельности
2. Конкуренция и ее роль в рыночной экономике
3. Виды организационных структур с использованием маркетинга

Вариант №5

1. Роль планирования товарного ассортимента на предприятии
2. Сущность конкурентоспособности товара. Показатели и методы оценки
3. Значение концепции жизненного цикла товаров

Вариант №6

1. Проблемы рыночной новизны товаров
2. Роль упаковки, товарной марки
3. Сущность оптовой торговли

Вариант №7

1. Эластичность спроса от цены
2. Методы формирования цены как средства маркетинга
3. Процесс физического перемещения товаров и его значение

Вариант №8

1. Классификация каналов продвижения товаров на рынок. Выбор каналов
2. Сущность розничной торговли
Принятие решений в сфере стимулирования сбыта и формирования спроса.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

Тестовые задания по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

- Время выполнения 30 мин.
- Количество вопросов 8 .
- Число вариантов 15
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Тест №1

1. Какие из нижеперечисленных относятся к организационным коммуникациям:

- а) межуровневые
- б) между подразделениями
- в) межличностные

2. Человек, который берет на себя риск за открытие нового дела, новой продукции или нового вида услуг, предлагаемых обществу – это:

- а) менеджер
- б) предприниматель
- в) президент
- г) председатель Совета директоров

3. Выберите правильные ответы. Государственные предприятия делятся на:

- а) бюджетные предприятия
- б) государственные корпорации
- в) частные предприятия
- г) смешанные акционерные общества

4. Что является предметом изучения науки менеджмент?

- а) управленческая деятельность человека
- б) законы управления
- в) система управления

5. К факторам внешней среды косвенного воздействия относятся:

- а) научно-технические
- б) контактные аудитории
- в) социально-культурные

6. Маркетинг – это:

- а) производить то, что нужно потребителю;
- б) продавать то, что уже произведено без учета предпочтений потребителей.

7. Посредники выполняют следующие функции:

- а) Ведение деловых операций
- б) Логистические функции
- в) Обслуживающие функции.
- г) Все ответы верны.

8. К функциям оптовой торговли не относится:

- а) Создание торговых запасов
- б) Комплектование мелких оптовых партий для розничной торговли

- в) Продажа товаров конечному потребителю
- г) Все вышеперечисленное.

Тест № 2

1. Перевод символов отправителя в мысли получателя – это:

- а) передача
- б) декодирование
- в) кодирование

2. Что относится к вербальным символам?

- а) жесты
- б) позы
- в) интонации
- г) слова
- д) обмен взглядами

3. Какая из перечисленных концепций управления наиболее современная?

- а) концепция научного управления
- б) концепция административного управления
- в) концепция управления с позиций психологии и человеческих отношений
- г) концепция управления с позиций науки о поведении

4. Какие из подходов к управлению относятся к более позднему периоду:

- а) системный подход
- б) подход с позиции выделения школ управления
- в) ситуационный подход

5. В каких из перечисленных случаев целесообразно коллективное решение?

- а) принятие решения о назначении на должность нового сотрудника
- б) работа по созданию нового изделия
- в) руководство семинарским занятием в группе

6. Что относится к факторам микросреды маркетинга?

- а) Поставщики;
- б) Конкуренты;
- в) Финансовые круги и государственные учреждения;
- г) Средства массовой информации;
- д) Клиентура;
- е) Все вышеперечисленное.

7. При каких условиях фирма может применять в ценообразовании стратегию «снятие сливок»?

- а) Покупатель не задумывается о цене, и таких покупателей достаточно много.
- б) Товар имеет «имидж качества».
- в) Объем производства остается малым.
- г) Товар имеет внешнее конкурентное преимущество.

8. Экономическую эффективность рекламы определяет:

- а) Яркость и красочность рекламы.
- б) Искусство производить психологическое воздействие на людей.
- в) Увеличение реализации товаров после повышения цен.

г) Возросшая известность фирмы.

Тест №3

1. Увеличение размеров предприятия, диверсификация их деятельности и усложнение технологического процесса привели к применению:

- а) дивизиональной структуры
- б) матричной структуры
- в) линейно-функциональной структуры

2. Представителем какой школы управления является Файоль?

- а) научной
- б) классической
- в) школы человеческих отношений

3. Концепция, основанная на применении приемов управления межличностными отношениями для повышения степени удовлетворенности работников результатами своего труда:

- а) концепция научного управления
- б) концепция административного управления
- в) концепция управления с позиций психологии и человеческих отношений
- г) концепция управления с позиций науки о поведении

4. Стресс – это:

- а) конфликтная ситуация
- б) неразрешимая проблема
- в) состояние напряжения

5. Авторитарный стиль руководства исходит из того, что:

- а) Если людей приобщить к организационным целям, то они будут использовать самоуправление и самоконтроль
- б) люди стараются избавиться от ответственности, предпочитая, чтобы ими руководители
- в) больше всего люди хотят защищенности

6. Основные факторы макросреды маркетинга:

- а) экономические условия;
- б) демографические данные;
- в) политические факторы;
- г) потребители;
- д) природные условия;
- е) возможности фирм-производителей.

7. Фирма начинает получать прибыль обычно на следующем этапе ЖЦТ:

- а) Внедрение.
- б) Зрелость
- в) Рост.
- г) Спад.

8. Какой из перечисленных факторов в наибольшей степени влияет на успех товара на рынке:

- а) Маркетинговое преимущество перед другими товарами.
- б) Возможность активной и эффективной рекламы.
- в) Правильная сегментация и позиционирование.
- г) Все перечисленное

Тест № 4

1. Представителем школы научного управления является:

- а) Френк и Лилия Гилберт
- б) А.Файоль
- в) Ф.Герцберг

2. Элтон Мейо, Абрахам Маслоу – представители:

- а) школы человеческих отношений
- б) научной
- в) административной

3. Выберите правильные ответы. По принадлежности капитала и контролю различают:

- а) национальные
- б) частные
- в) иностранные
- г) смешанные фирмы
- д) государственные

4. Организационные изменения чаще всего терпят неудачу вследствие:

- а) неправильной последовательности действий
- б) консервативности людей
- в) недостатка ресурсов для осуществления изменений

5. Процесс принятия решения – это выбор альтернативы:

- а) верно
- б) неверно

6. На какие рынки предпочтительнее выходить фирмам, продукция которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени наукоемкости, условиям обслуживания:

- а) на рынки с высокой эластичностью спроса;
- б) на рынки с низкой эластичностью спроса.

7. Маркетинговая служба:

- а) Может быть представлена только коммерческим директором;
- б) Это структура отвечающая за организацию системы сбыта товаров (оказание услуг)
- в) Есть подразделение фирмы, в котором сосредоточено управление маркетингом.

8. К основным маркетинговым функциям относится:

- а) Поиск инвестиций, составление бизнес – плана, организация доставки товара;
- б) Продвижение продукта, сбыт продукта, контроль за соблюдением принятых финансовых планов;
- в) Планирование ассортимента, исследование рынка, построение организационной структуры управление маркетингом, сбыт продукта

Тест №5

1. Борьба людей за ограниченные ресурсы, статусы, место в управленческой иерархии, капитал, рабочую силу, приведет к:

- а) внутриличностному конфликту
- б) межгрупповому конфликту

в) межличностному конфликту

2. Спонтанно образовавшаяся группа людей, которые вступают в регулярное взаимодействие для достижения определенных целей представляет собой:

- а) формальную организацию
- б) попустительскую организацию
- в) эдхократическую организацию
- г) неформальную организацию

3. Объединение фирм одной отрасли, которые вступают между собой в соглашение, касающееся преимущественно совместной коммерческой деятельности – регулирования сбыта – это:

- а) картель
- б) трест
- в) концерн
- г) промышленный холдинг
- д) финансовая группа

4. Эффективность принятия решений зависит от 1) степени централизации, 2) эффективного обмена информацией:

- а) верно п.1
- б) верно п.2

5. Мотивация – это 1) способ принуждения, 2) процесс побуждения:

- а) верно п.1
- б) верно п.2

6. Какую систему представляет собой маркетинг:

- а) производственную;
- б) сбытовую;
- в) производственно-сбытовую.

7. Производитель бытовых чистящих средств только приступил к продажам зарубежом. Его ресурсы для заграничных операций ограничены,но он надеется расширить продажи за рубежом в будущем.

Какую стратегию международного маркетинга вы бы рекомендовали этойфирме:

- а) Экспорт;
- б) Совместная деятельность;
- в)Прямое инвестирование.

8. Для фабрики кондитерских изделий ключевыми группами факторов при проведении анализа внешней среды будут выступать:

- а) Экономические, политические, технологические;
- б) Экологические, международные, экономические;
- в) Социально – демографические, экономические, международные.

Тест №6

1. Основные характеристики неформальной организации:

- а) горизонтальное разделение труда
- б) вертикальное разделение труда
- в) социальный контроль
- г) неформальный лидер

2. Поведение одного человека, которое вносит изменения в поведение, отношения, ощущения другого человека называется:

- а) влияние
- б) власть
- в) лидерство

3. Объединение юридически и хозяйственно самостоятельных предприятий различных отраслей хозяйства, промышленности, торговых, транспортных и др., во главе которого стоит банк или несколько банков

- а) картель
- б) трест
- в) концерн
- г) промышленный холдинг
- д) финансовая группа

4. Деловая карьера – это 1) последовательная смена занятий в рамках отдельной организации, 2) продвижение по служебной лестнице:

- а) верно п.1
- б) верно п.2
- в) верно п.1 и п.2

5. Укажите неправильный вариант подхода к пониманию менеджмента:

- а) менеджмент как искусство
- б) менеджмент как отрасль знания
- в) менеджмент как система
- г) менеджмент – это процесс

6. Маркетинг начинается:

- а) с разработки и производства товара;
- б) с изучения рынка и запросов потребителей;
- в) с информационной рекламной кампании.

7. Какой вид посредников может представлять как интересы продавца, так и интересы покупателя:

- а)Агент;
- б) Дилер;
- в)Брокер.

8. Что является целью коммерческой рекламы:

- а) Создание имиджа;
- б) Увеличение сбыта.

Тест №7

1. Какие методы управления самые старые:

- а) административные
- б) экономические
- в) социально-психологические

2. Содержанием какой функции управления является: доведения решения до исполнителя; подборка людей для конкретной работы:

- а) планирования
- б) организации
- в) мотивации

г)контроля

3. Какая фирма не пользуется юридической и хозяйственной самостоятельностью, не имеет собственного баланса, устава, действует от имени и по поручению материнской компании, имеет обычно одинаковое с ней наименование.

- а) филиал
- б) дочерняя компания
- в) ассоциированная компания

4. Какой из методов не относится к методам принятия решения:

- а) платежная матрица
- б) дерево решений
- в) системный подход

5. Отличительная особенность науки управления это:

- а) системная ориентация
- б) абстрактное мышление
- в) не использование моделей
- г) использование метода системного анализа

6. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос:

- а)рынок продавца;
- б)рынок покупателя.

7. Какие каналы сбыта используются для сложного промышленного оборудования:

- а)Прямые;
- б)Косвенные;
- в)Смешанные.

8. В каком случае фирма несет все расходы, связанные с реализацией товара, и получает всю прибыль от реализации товара:

- а)При использовании независимых посредников;
- б)При самостоятельной реализации товара.

Тест № 8

1. Возможность влиять на поведение других людей – это:

- а) лидерство
- б) власть
- в) влияние

2. Власть, основанная на праве человека руководить другими в силу соответствующего положения в организации:

- а) эталонная власть
- б) экспертная власть
- в) законная власть
- г) власть, основанная на принуждении

3. Для какой из перечисленных организационных структур характерно создание в пределах постоянно существующих функциональных подразделений временных групп, предназначенных для решения тех или иных конкретных задач.

- а) функциональной
- б) дивизиональной
- в) матричной

4. К факторам эффективности менеджмента не относится:

- а) степень достижения цели организации
- б) степень удовлетворенности личных потребностей менеджера
- в) выживание
- г) производительность

5. Требования к менеджеру это:

- а) знание большинства отраслей науки
- б) умение так накричать на человека, чтобы он сразу же подчинился
- в) умение выражать свои мысли четко и ясно
- г) соблюдение обычаев и традиций данного общества

6. При высокой эластичности спроса как зависит объем продаж от уровня цен:

- а) цены понижаются незначительно – объем продаж увеличивается;
- б) цены понижаются значительно – объем продаж существенно не растет;
- в) цены понижаются – объем продаж не меняется.

7. Какой вид оптовой деятельности является самым распространенным:

- а) Коммерческая оптовая деятельность;
- б) Деятельность агентов и брокеров;
- в) Оптовая деятельность производителей.

8. Какие издержки товародвижения составляют наибольший удельный вес:

- а) Затраты на складирование;
- б) Затраты на оформление заказов;
- в) Затраты на транспортировку.

Тест №9

1. К какой из теорий мотивации относятся следующие взаимосвязи:

- 1) затраты труда – результаты
- 2) результаты – вознаграждение
- 3) вознаграждение – валентность
 - а) Модель Портера-Лоулера
 - б) Теория Виктора Врума
 - в) Теория Давида Мак Клеланда

2. Потребности каких уровней рассматривает Мак Клеланд и Ф.Герцберг

- а) низших
- б) высших

3. Объединения, которые сами не занимаются производственной деятельностью, а только осуществляют путем системы участия контроль за деятельностью входящих в них предприятий:

- а) картель
- б) трест
- в) концерн
- г) промышленный холдинг
- д) финансовая группа

4. Согласно процессному подходу управления – это:

- а) разработка целей и задач организации и путей их реализации
- б) процесс, т.е. серия непрерывных действий, называемых функциями
- в) целенаправленные действия на стимулирование персонала организации

г) реализация потребностей признания и самовыражения менеджера

5. Выберите наиболее правильный вариант последовательности функций процесса управления:

- а) организация – планирование – контроль – мотивация
- б) мотивация – контроль – организация – планирование
- в) планирование – мотивация – организация – контроль
- г) планирование – организация – мотивация – контроль

6. Сегментация – это:

- а) разделение потребителей на однородные группы в соответствии с потребностями потребителей;
- б) определение места своего товара в ряду аналогов.

7. К какой группе товаров широкого потребления относятся хлеб, зубная паста, порошок:

- а) Товары повседневного спроса;
- б) Товары предварительного выбора;
- в) Товары особого спроса;
- г) Товары пассивного спроса

8. Какие виды посредников работают за комиссионное вознаграждение:

- а) Коммерсанты;
- б) Агенты и брокеры;
- г) Дилеры.

Тест №10

1. Результат конкретной управленческой деятельности менеджера – это:

- а) прибыль
- б) лидерство в борьбе с конкурентами
- в) управленческое решение

2. Центральным звеном в любой модели управления является:

- а) структура
- б) технология
- в) цели
- г) люди
- д) задачи

3. Для какой из перечисленных организационных структур присуще деление организации на элементы и блоки по видам товаров и услуг, группам покупателей или географическим регионам.

- а) функциональной
- б) дивизиональной
- в) матричной

4. Основные переменные факторы внутренней среды организации:

- а) цели, задачи, структура, технология, персонал
- б) цели, структура, менталитет, технология, продолжительность рабочего времени
- в) цели, задачи, мотивы, заработная плата, рост по служебной лестнице
- г) цели, структура, специализация, имидж, технология

5. Организация – это:

- а) средство определения целей и задач
- б) средство реализации целей и задач
- в) средство достижения общественных потребностей

6. Основные недостатки личных продаж:

- а) контакты в процессе личных продаж не так хорошо запоминаются потребителями, как рекламные сообщения;
- б) персональные продажи – очень дорогое средство продвижения товара с точки зрения расходов на один контакт;
- в) персональные продажи не обеспечивают немедленную обратную связь;
- г) персональные продажи несовместимы с другими видами деятельности по продвижению товара на рынок.

7. К какому уровню товара вы отнесете предоставление программного обеспечения при покупке компьютера:

- а) Товар в реальном исполнении;
- б) Товар в замысле;
- в) Товар с подкреплением.

8. Какой концепции маркетинга придерживается фирма, которая решила увеличить объем продаж с помощью улучшения рецептуры приготовления товара:

- а) Концепция сбыта;
- б) Концепция совершенствования производства;
- в) Концепция совершенствования товара;
- г) Концепция маркетинга.

Тест №11

1. Какому фактору особо не уделяли внимание представители школ научного и административного управления?

- а) технологии
- б) информации
- в) человеческому фактору
- г) производственному фактору

2. Логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации – это:

- а) структура организации
- б) разделение труда
- в) система управления

3. Горизонтальные связи являются:

- а) одноуровневые
- б) многоуровневые

4. Начальная функция управления:

- а) организация
- б) мотивация
- в) планирование
- г) контроль

5. Основная цель коммуникационного процесса:

- а) сбор и обработка информации
- б) обмен различной информацией
- в) обеспечение понимания информации

г) отфильтровывать максимальный объем ненужной информации

6. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- а) компаний, приобретающих товары для их последующей реализации потребителям;
- б) покупателей, приобретающих товары для личного потребления;
- в) людей, приобретающих товары для продажи;
- г) отдельных лиц, приобретающих промышленные товары;
- д) фирм-производителей готовой продукции.

7. Для рекламы товаров широкого потребления чаще всего используются

- а) Эмоциональные мотивы;
- б) Нравственные мотивы;
- в) Рациональные мотивы.

8. Когда фирма использует варианты роста за пределами отрасли, то имеет место

- а) Интенсивный рост;
- б) Диверсификационный рост;
- в) Интеграционный рост.

Тест № 12

1. Выстройте пирамиду потребностей в порядке от низших к высшим.

- а) потребности в уважении
- б) потребности в безопасности
- в) физиологические потребности
- г) потребности самовыражения
- д) социальные потребности.

2. Сгруппируйте предложенные ниже действия по стадиям процесса принятия управленческого решения:

	I	II	III
Конкретизация решения для его исполнителей			
Выбор и обоснование критериев эффективности и возможных последствий принимаемого решения			
Выбор и формулирование оптимального решения			
Выработка и постановка цели			
Принятие решения			
Изучение проблемы на основе принимаемой информации			
Обсуждение со специалистами различных вариантов решения проблемы			

3. Основная цель коммуникационного процесса:

- а) сбор и обработка информации
- б) обмен различной информацией
- в) обеспечение понимания информации
- г) отфильтровывать максимальный объем ненужной информации

4. Стратегическое планирование не включает:

- а) распределение ресурсов
- б) оценку затрат времени на каждую операцию
- в) адаптацию организации к внешней среде
- г) внутреннюю координацию в организации

5. Как вы думаете, какая из формальных деклараций о ценностях фирмы наиболее подходит средней фирме в постиндустриальном обществе?

- а) «Наша главная ценность – это наши потребители!»
- б) «Наши сотрудники – главная ценность для нас!»
- в) «Уплата налогов и социальная помощь – вот наша ценность!»
- г) «Наши конкуренты – это главная ценность для нас!»

6. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:

- а) внедрения;
- б) спада;
- в) зрелости;
- г) роста.

7. Продвижение товаров включает в себя:

- а) Физическое перемещение товара от производителя к потребителю;
- б) Рекламу, пропаганду, персональные продажи и стимулирование сбыта;
- в) Рекламу и связи с общественностью.

8. Реклама и пропаганда осуществляется по каналам:

- а) Личной коммуникации;
- б) Неличной коммуникации.

Тест № 13

1. Что лежит в основе процессуальных теорий мотивации?

- а) потребности
- б) восприятие и познание

2. Конфликт в организации должен рассматриваться:

- а) как нежелательное явление
- б) как позитивное явление
- в) как явление, которое может как разрушить организацию, так и способствовать ее развитию

3. Миссия организации это:

- а) предназначение организации как определенного социально-экономического института
- б) та роль организации, которая отводится ей как субъекту экономических отношений
- в) основная общая цель организации, четко выраженная причина ее существования
- г) объем задач, при выполнении которых организация руководствуется личными интересами, но при этом учитываются также интересы общества

4. Как вы думаете, какая потребность стала преобладающей в связи с переходом некоторых развитых стран к постиндустриальному обществу?

- а) в безопасности и уверенности в будущем
- б) физиологические
- в) потребность в самовыражении
- г) потребность в уважении

5. Определите, что не относится к виду контроля:

- а) предварительный контроль
- б) текущий контроль
- в) общий контроль всей организации

г) заключительный контроль

6. Может ли товар, превосходящий по качеству конкурирующие аналоги, быть неконкурентоспособным на данном рынке:

- а) да;
- б) нет.

7. Товарная номенклатура – это

- а) определенная группа товаров;
- б) совокупность модификации товаров;
- в) совокупность ассортиментных групп.

8. Основное отличие агентов и брокеров от коммерческой оптовой деятельности заключается в том, что

- а) Они организуют прямую реализацию товара;
- б) Заработают на временной основе;
- в) Не берут права собственности на товар на себя.

Тест № 14

1. Критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- а) удовлетворенность партнеров по коммуникации
- б) близость смысла принятого сообщения к смыслу посланного сообщения
- в) доброжелательная атмосфера общения

2. Решение принято на основе ощущения того, что он правилен, относится к:

- а) интуитивному
- б) основанному на суждении
- в) рациональному

3. На чем базируются процессуальные теории мотивации:

- а) только на потребностях людей
- б) на нерациональности действий людей во многих случаях
- в) кроме потребностей, рассматривают и ожидание людей в данной ситуации
- г) на психологических особенностях каждого индивида

4. Что необходимо сделать, прежде чем что-то контролировать?

- а) собрать как можно больше данных для осуществления контроля
- б) установить стандарты и нормы, с которыми необходимо сравнивать работу
- в) вознаграждать за достижение стандарта
- г) избегать чрезмерного контроля

5. Лидерство – это:

- а) способность показывать свои особые черты характера, которым по каким-либо причинам беспрекословно подчиняются другие
- б) способность оказывать влияние на отдельные личности и группы, направлять их усилия на достижение целей организации
- в) это возможность влиять на поведение других
- г) это поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение, отношения других людей

6. Сущность концепции маркетинга заключается:

- а) в интенсификации коммерческих усилий по сбыту;
- б) в совершенствовании производства или товара;
- в) в максимальном удовлетворении потребителя.

7. Сбор информации при проведении маркетинговых исследований необходимо начинать:

- а) вторичных данных;
- б) первичных данных.

8. Окружающая среда маркетинга включает в себя:

- а) контролируемые факторы;
- б) неконтролируемые факторы;
- в) 1 и 2.

Тест №15

1. К основным элементам организации относятся:

- а) цель, структура, технология, задачи, люди
- б) финансы, управление, персонал, технология
- в) финансы, управление, персонал

2. Какой главный признак неформальной организации?

- а) существование лидера в организации
- б) отношения между людьми не зафиксированные в организационных положениях
- в) противодействие решениям, принятым администрацией

3. Укажите фактор, который отрицательно во многих случаях влияет на эффективность группы

- а) состав
- б) размер
- в) конфликтность
- г) групповое единomyслие

4. Сложные теоретические или практические вопросы и задачи, которые требуют специального изучения и решения – это:

- а) проблемы
- б) цели организации
- в) стратегия фирмы

5. Укажите, что не является одним из 4-х типов конфликта?

- а) внутриличностный
- б) межличностный
- в) между личностью и группой
- г) внутригрупповой

6. Концентрированный маркетинг – это работа

- а) на два и более сегмента;
- б) на массовом рынке;
- в) на одном сегменте.

7. Жизненный цикл товара – это

- а) период нахождения товара на рынке;
 б) период разработки и выхода товара на рынок;
 в) период разработки, выхода товара на рынок и период нахождения его на рынке.

8. Укажите, какая из представленных товарных номенклатура является гармоничной:

- а) мыло, шампунь, порошок, зубная паста;
 б) компьютеры, программное обеспечение, дискеты, телевизоры, магнитофоны, медицинское оборудование;
 в) мыло, шампунь, моющие средства, компьютеры, дискеты.

Ответы по тестам

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	а,б	б	а	а	в	в,г	а	б	б	в	в	4,2,1,5,3	б	б	а
2	б	г	б	а	г	а	б	в	б	г	а		в	а	а,б
3	а,г	г	г	а,в,г	а	д	а	в	г	б	а	в	в	в	в
4	а	в	в	а	б	б	в	б	б	а	в	б	в	б	а
5	а,в	б	б	а	б	б	а	в	г	б	в	а	в	б	в
6	а	а,б,д	а,б,в,д	а	в	в	а	а	а	б	б	г	б	в	в
7	г	б,в	б,в	в	а	в	а	а	а	в	в	б	в	а	а
8	в	г	г	в	а	б	б	в	б	в	б	б	в	в	а

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при выполнении теста:

Оценка	Показатели*
Отлично	85-100%
Хорошо	70-84%
Удовлетворительно	56-69%
Неудовлетворительно	менее 56%

* - % выполненных заданий от общего количества заданий в тесте. Показатели зависят от уровня сложности тестовых заданий.

3.3. Задания для промежуточной аттестации зачета и экзамена

Список вопросов к зачету

1. Сущность, содержание, цели и задачи менеджмента.
2. Основные концепции и подходы к менеджменту.
3. Общие характеристики организаций.
4. Характеристика внутренней и внешней среды организации.
5. Суть управления, уровни управления.
6. Среда предпринимательства и функции бизнеса.
7. Критерии классификации фирм.
8. Методика изучения фирм.
9. Организационная структура фирмы.
10. Процесс управления по целям.
11. Выработка стратегий, основные виды стратегий.
12. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений.
13. Важнейшие области принятия решений.
14. Классификация управленческих решений.
15. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.
16. Механизм принятия управленческих решений.
17. Основные методы принятия решений.
18. Коммуникации и их основные виды.
19. Элементы и этапы процесса коммуникаций.
20. Содержание информации и функции внутрифирменной системы информации.
21. Технология информационной деятельности. Специализированный аппарат управления ВСИ
22. Содержание централизованной и децентрализованной форм управления. Демократизация управления.
23. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности.
24. Структура и функции аппарата управления маркетинговой деятельностью.
25. Перспективное внутрифирменное планирование, его виды и цели.
26. Основные виды планов.
27. Суть и содержание организации.
28. Делегирование, ответственность и полномочия.
29. Особенности организационных структур управления фирмами на современном этапе и их классификация.
30. Управленческий контроль, его формы и средства реализации.
31. Основные виды контроля.
32. Система внутрифирменного учета и отчетности.
33. Основные формы и содержание финансовой отчетности фирм.
34. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
35. Основные методы управления предприятием..
36. Значение производства и краткая история исследований производства
37. Ассортиментная политика предприятия.
38. Сбытовая политика предприятия.
39. Ценовая политика предприятия.
40. Цели и задачи управления развитием производства.
41. Управление качеством продукции.
42. Принципы подбора и расстановки персонала.
43. Руководство персоналом и мотивация труда.
44. Групповой подход к организации работ.
45. Развитие неформальных организаций и их характеристики.

46. Природа конфликта в организации.
47. Причины и типы конфликта. Методы разрешения конфликтов.
48. Руководитель в организации.
49. Стилль менеджмента и имидж менеджера.
50. Формы власти и влияния.
51. Функции и подфункции современного маркетинга
52. Доминирующие факторы внешней среды фирмы
53. Значение товарного знака в обеспечении конкурентоспособности
54. Основные концепции маркетинга
55. Товар в системе маркетинга
56. Классификация товаров
57. Производственная функция маркетинга
58. Товарный ассортимент (широта, глубина, сопоставимость)
59. Сбытовая функция маркетинга
60. Характеристика этапов жизненного цикла товара
61. Особенности маркетинга услуг
62. Формирование ассортимента и управление им
63. Сущность и критерии определения новых товаров
64. Эволюция понятия «маркетинг»
65. Разработка ценовой стратегии
66. Процесс управления маркетингом
67. Виды каналов распределения
68. Виды организационных структур. Службы маркетинга на предприятии
69. Виды посреднической деятельности
70. Основные функции оптовой торговли
71. Контроль маркетинговой деятельности
72. Значение розничной и оптовой торговли и ее виды
73. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований
74. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
75. Порядок проведения маркетингового исследования
76. Продвижение товаров
77. Система цен и их классификация
78. Порядок ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо»,

«удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП не возможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка **«отлично»**: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для проведения экзамена/дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) зависят от их форм проведения (тест, вопросы, задания, решение задач и т.д.).