

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 26.09.2023 13:36:44

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204b316c158d577a11987e333e3275f9145aa8c3724f0619c6c81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета агробизнеса

14 июня 2023 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Направление подготовки /специальность	<u>35.03.04 Агрономия</u>
Направленность (профиль)	<u>«Информационные технологии в АПК»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года (очная)</u>

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний, умений и уровня приобретенных компетенций студентов направления подготовки 35.03.04 Агрономия по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

Составитель заведующий кафедрой
менеджмента и права _____ Л.Д. Котлярова

Обсужден на заседании кафедры менеджмента и права
протокол №9 от 29 апреля 2023 года.

Заведующий кафедрой
менеджмента и права _____ Л.Д. Котлярова

Согласовано:
Председатель методической комиссии
факультета агробизнеса протокол
№4 от 13 июня 2023 года _____ А.Н. Сорокин

**Паспорт
фонда оценочных средств**
направление подготовки: 35.03.04 Агрономия.
Дисциплина «Менеджмент и маркетинг»

Таблица 1 – Паспорт фонда оценочных средств

Модуль дисциплины	Формируемые компетенции или их части	Оценочные материалы и средства	Количество
Модуль 1 Маркетинг Основы современного маркетинга	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности;	Компьютерное тестирование Опрос	20 3
Основные концепции развития маркетинга		Компьютерное тестирование	29
Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования		Компьютерное тестирование	36
Продвижение товара		Компьютерное тестирование	23
Модуль 2 Менеджмент Основы менеджмента		Опрос Контрольная работа Компьютерное тестирование	5 1 22
Научные подходы к менеджменту		Компьютерное тестирование	20

Основные функции менеджмента		Компьютерное тестирование	22
Мотивация деятельности в менеджменте		Компьютерное тестирование	8

1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1 Маркетинг

Таблица 2.1 – Формируемые компетенции

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Оценочные материалы и средства
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Компьютерное тестирование Опрос
	ИД-2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	
	ИД-3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.	
	ИД-4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	
ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.	ИД-1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.	

вые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ИД-2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур	
---	---	--

Модуль 2 Менеджмент

Таблица 2.2 – Формируемые компетенции

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Оценочные материалы и средства
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИД-1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач</p>	<p>Компьютерное тестирование Опрос</p>
	<p>ИД-2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	
	<p>ИД-3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.</p>	
	<p>ИД-4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта</p>	
<p>ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-1 Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p>	
	<p>ИД-2 Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур</p>	
	<p>ИД-2 Принимает управленческие решения по реализации технологий возделывания сельскохозяйственных культур в различных экономических условиях.</p>	

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

МОДУЛЬ 1. МАРКЕТИНГ

Тема 1 Методика проведения контроля по проверке базовых знаний по дисциплине «Менеджмент и маркетинг».

Тема 1. Основы современного маркетинга

Вопросы для опроса:

1. Понятие и подходы к маркетингу
2. Функции маркетинга, их классификация
3. Цели и принципы маркетинга

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Если спрос превышает предложение, господствует диктат производителей и продается то, что производится, то такая ситуация имеет название:

Совершенная конкуренция

Рынок покупателя

Монополия

+ Рынок продавца

Если предложение превышает спрос и производится то, что необходимо потребителю, то такая ситуация имеет название:

Совершенная конкуренция

+ Рынок покупателя

Монополия

Рынок продавца

Спрос на товар, как категория маркетинга – это:

Нужда в конкретном виде продукции

Потребность в товаре

+ Потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем

Правильного ответа нет

Запрос на товар, как категория маркетинга – это:

+ Нужда в конкретном виде продукции

Потребность в товаре

Потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем

Правильного ответа нет

Какое из указанных определений соответствует маркетинговому определению рынка?

Рынок – это население данного региона

Рынок – это част потребителей, интересующихся товарами вашей фирмы

Рынок – это потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения товара

+ Рынок – это совокупность потенциальных и существующих потребителей

Какая из перечисленных ниже функций не является маркетинговой функцией?

Финансовая

Производственная

+ Определяющая риск

Анализирующая рынок

Какой из девизов отображает содержание принципа маркетинга «Влияние на рынок»:

Производить то, что продается, а не продавать то, что производится»

+ «Потребитель-король»

«Создавая товар, создавай и потребителя»

правильного ответа нет

Какой из девизов отображает содержание принципа маркетинга «Знание рынка»:

+«Производить то, что продается, а не продавать то, что производится»

«Потребитель-король»

«Создавая товар, создавай и потребителя»

правильного ответа нет

Какой из девизов отображает содержание принципа маркетинга «приспособление к изменениям рынка»:

«Производить то, что продается, а не продавать то, что производится»

«Потребитель-король»

+ «Создавая товар, создавай и потребителя»

Правильного ответа нет

Потребность- это?

Количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд

+ Нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму

Товар, который способен удовлетворить нужду потребителя

Правильного ответа нет

Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

большое число потребителей

+ превышение предложения над спросом

Превышение спроса над предложением

правильного ответа нет

Когда возник маркетинг как рыночная концепция?

1109

+1902

1802

1209

Откуда берет свое начало маркетинг?

Италия

Великобритания

+США

Португалия

Когда распространился маркетинг в Украине, России, а также в странах Балтии и Восточной Европы?

Начало 80-х

90-е

Середина 70-х

+Начало 90-х

Какое определение дает один из основателей современной теории маркетинга Филипп Котлер?

Маркетинг — это наука, которая предлагает систему мышления и идеологическую основу предпринимательской деятельности

+Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей посредством обмена

Маркетинг — процесс планирования, продвижения, реализации и управления товарами и услугами

Маркетинг-это вид человеческой деятельности, суть которого заключается в целеустремленности и этой деятельности на поиск потребностей потребителей, их удовлетворения с максимальной прибылью для производителей

Какую систему представляет собой маркетинг?

Производственную

Сбытовую

+Производственно-сбытовую

Правильного ответа нет

Потребность- это?

Количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд

+ Нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму

Товар, который способен удовлетворить нужду потребителя

Правильного ответа нет

Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

большое число потребителей

+ превышение предложения над спросом

Превышение спроса над предложением

правильного ответа нет

Когда возник маркетинг как рыночная концепция?

1109
+1902
1802
1209

Откуда берет свое начало маркетинг?

Италия
Великобритания
+США
Португалия

Тема 2.Основные концепции развития маркетинга

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Концепция коммерческих усилий это:

+ Сосредоточенность на нуждах продавца
Сосредоточенность на достижении цели
Сосредоточенность на нуждах потребителя
Правильного ответа нет

Концепция чистого маркетинга это:

Сосредоточенность на нуждах продавца
Сосредоточенность на достижении цели
+Сосредоточенность на нуждах потребителя
Правильного ответа нет

Концепция совершенствования производства это:

Сосредоточенность на нуждах продавца
+Сосредоточенность на достижении цели
Сосредоточенность на нуждах потребителя
Правильного ответа нет

Концепция совершенствования товара это:

Сосредоточенность на нуждах продавца
Сосредоточенность на достижении цели
+ Сосредоточенность на нуждах потребителя
Правильного ответа нет

Концепция социально-этического маркетинга это:

Сосредоточенность на нуждах продавца
Сосредоточенность на достижении цели
+ Сосредоточенность на нуждах потребителя и на нуждах общества
Правильного ответа нет

Концепция интенсификации коммерческих усилий это :

Сосредоточенность на получении прибыли

Сосредоточенность на нуждах потребителя.

+Сосредоточенность на психологической обработке клиента

Правильного ответа нет

Задачи маркетинга при скрытом спросе является:

Отыскание способов сглаживания колебания в распределении спроса

Сокращение сервисных услуг

+Создание товаров эффективно удовлетворяющих спрос

Правильного ответа нет

Задачи маркетинга при нерегулярном спросе является:

+Отыскание способов сглаживания колебания в распределении спроса

Сокращение сервисных услуг

Создание товаров эффективно удовлетворяющих спрос

Правильного ответа нет

Задачи маркетинга при чрезмерном спросе является:

Отыскание способов сглаживания колебания в распределении спроса

+Сокращение сервисных услуг

Создание товаров эффективно удовлетворяющих спрос

Правильного ответа нет

Ремаркетинг связан с:

Негативным спросом

+Снижающимся спросом

Чрезмерным спросом

Отсутствием спроса

Демаркетинг связан с:

Негативным спросом

Снижающимся спросом

+Чрезмерным спросом

Отсутствием спроса

Синхромаркетинг связан с:

Негативным спросом

Снижающимся спросом

Чрезмерным спросом

+Отсутствием спроса

Конверсионный маркетинг связан с:

+Негативным спросом

Снижающимся спросом

Чрезмерным спросом

Отсутствием спроса

Стимулирующий маркетинг связан с:

Негативным спросом

Снижающимся спросом

Чрезмерным спросом

+Отсутствием спроса

Поддерживающий маркетинг связан с:

Негативным спросом
Снижающимся спросом
+Полноценным спросом
Чрезмерным спросом

Развивающий маркетинг связан с:

Негативным спросом
Снижающимся спросом
+Скрытым спросом
Чрезмерным спросом

Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции?

Совершенствования товара
Интенсификации коммерческих усилий (реклама)
+ Совершенствования производства
Правильного ответа нет

Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж производимого товара (услуги) характерна для?

Стратегии современного маркетинга
+ Интенсификации коммерческих усилий
Стратегии совершенствования производства
Правильного ответа нет

Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции?

Совершенствования производства
Современного маркетинга
+ Совершенствования товара
Правильного ответа нет

Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?

Поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
Максимального снижения издержек производства
+Наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее Выгодным для предприятия образом

Все ответы верны

Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?

использования интенсивных технологий производства
+ Стимулирования сбыта

Удовлетворения потребностей потребителей

Правильного ответа нет

Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?

+ Совершенствования производства

Совершенствование товара

Интенсификации коммерческих усилий маркетинга

Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены?

Совершенствования производства

+ Совершенствование товара

Интенсификации коммерческих усилий маркетинга

Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама?

Совершенствования производства

Совершенствование товара

+ Интенсификации коммерческих усилий маркетинга

Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?

Совершенствования производства

Совершенствование товара

Интенсификации коммерческих усилий

+Маркетинга

При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу?

При снижающемся спросе

При негативном спросе

При отрицательном спросе

+При чрезмерном спросе

На чем основана концепция совершенствования товара?

+Основана на утверждении того, что потребитель отдаст предпочтение товарам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются. Предприятие-изготовитель, использующий данную концепцию, сосредоточивает все усилия для усовершенствования своей продукции

Основана на том, что потребители не будут активно покупать товар, если не принять специальных мер по продвижению его в на рынок и широкомасштабных продаж

Основана на том, что предприятие должно определять потребности и интересы целевых рынков, а затем обеспечить высшую потребительскую ценность более эффективными чем с конкуренты способами, одновременно поддерживая или улучшает или благополучие клиента и общества в целом

Основана на «жестких» продажах, активном влиянии на покупателя

Исключить несуществующую концепцию маркетинга

Концепция совершенствования производства

Концепция совершенствования товара

+Концепция интенсивного маркетинга

Концепция интенсификации коммерческих усилий

Основной целью концепции социально-этичного маркетинга является:

Получение прибыли за счет значительного увеличения объемов производства

Получение прибыли за счет увеличения объемов продаж

Получение прибыли за счет новых возможностей на рынке в силу роста акционерной стоимости

+ Получение прибыли за счет более полного удовлетворения нужд и потребностей людей, соблюдения требований общества и природы

Тема 3. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Система маркетинговой информации предприятия включает:

Сведения внутренней отчетности

Внешнюю маркетинговую информацию

Результаты маркетинговых исследований

+Все указанное выше

Целью создания на предприятии системы маркетинговой информации является:

Повышение эрудированности руководства предприятия

+Совершенствование планирования, претворения в жизнь и контроль над Исполнением маркетинговых мероприятий

Совершенствование хозяйственной деятельности предприятия, повышение Эффективности производства

Все варианты верны

Система маркетинговой информации состоит из следующих элементов:

Система внутренней отчетности, система маркетинговых исследований

Система внешней маркетинговой информации

Система анализа маркетинговой информации

+Все вышеперечисленные элементы

Маркетинговое исследование – это:

Глубокое изучение теории и практики маркетинга

+Исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение Информационно-аналитических потребностей маркетинга

Научная разработка типовых программ управления некоторыми рыночными процессами

Все ответы верны

К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

+Кабинетное исследование

Полевое исследование

Не относится к исследованиям

Все ответы верны

Полевое исследование –это:

Исследование, которое проводится службой маркетинга в сельской местности

+Сбор первичной информации у носителя информации

Обработка данных, полученных на коммерческой основе у официальных источников

Все ответы верны

По источникам информации исследования могут быть?

+Кабинетные или полевые

Перспективные или текущие

Поисковые, описательные или экспериментальные

Все ответы верны

Закрывают вопросы включают в себя?

Источники информации

+Всевозможные варианты ответов

Вторичную информацию

Первичную информацию

К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

+Кабинетные исследования

Полевые исследования

Не относится к исследованиям

Все ответы верны

Маркетинговая информация в зависимости от стадии переработки может быть?

Внешний

Внутренний

+Первичной

Все ответы верны

Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?

+Наблюдение

Опрос

Эксперимент

Все ответы верны

Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?

Лабораторную

Кабинетную

+Полевую

Все ответы верны

Открытые вопросы используются в тех случаях, когда?

+У аудитории не имеется четкой позиции в отношении поставленной проблемы

Необходимо получить оценку респондентом какого-либо события

Требуется разнообразная группировка респондентов

Все ответы верны

Открытые вопросы анкеты не включают в себя?

Завершение предложения

Словесную ассоциацию

+Семантический дифференциал

Все ответы верны

Способ связи с аудиторией, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, это?

+Телефон

Почта

Интернет

Все ответы верны

Сложность вопросов может быть препятствием для использования такого вида связи с аудиторией, как?

Почта

+Телефон

Интервью

Все ответы верны

По характеру исследования цели могут быть?

Кабинетные или полевые

Перспективные или текущие

+Поисковые, описательные или экспериментальные

Все ответы верны

В маркетинговых исследованиях к методам сбора первичных данных не относится

+Восприятие

Эксперимент

Наблюдение

Опрос

В число методов маркетингового исследования не входит:

Наблюдение

Опрос

+Анкета

Эксперимент

В число этапов маркетингового исследования не включается:

Разработка плана исследования

Определение проблемы и целей исследования

Анализ информации и предоставление полученных результатов

+Обоснование методики выборки

Исследование, целью которого является сбор предварительной информации, необходимой для лучшего определения проблем и выдвигаемых гипотез, относится к типу:

+Поисковых

Описательных

Экспериментальных

Комплексных

Как правило, по сравнению с вторичными данными, первичный являются:

Более дешевыми

+Менее дешевыми

Менее доступными

Более доступными

Примером типичного закрытого вопроса может служить:

Вопрос, предполагающий произвольную форму ответа

Завершение рисунка

+Вопрос с выборочным ответом

Подбор словесных ассоциаций

Специалистами по маркетингу может использоваться следующий метод сбора вторичной информации:

Наблюдение

+Анализ отчетов предыдущих исследований

Телефонный опрос

Проведение экспериментальной продажи товара

Способ связи с опрашиваемыми, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, - это:

+Интервью по телефону

Опрос по почте

Индивидуальное интервью

Опрос с помощью Интернета

Процесс маркетингового исследования включает в себя следующие этапы:

+Определение проблемы и целей исследования, сбор информации, анализ информации и представление полученных результатов

Изучение вторичной информации, анализ поведения потребителей, выбор оптимального варианта решения проблемы

Определение проблемы и целей исследования, разработка плана исследования, сбор информации, анализ информации и представление полученных результатов, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий

Открытые вопросы при анкетировании:

Включают в себя возможные варианты ответов или подсказок

Включают в себя шкалы оценок

+Не содержат никаких подсказок и позволяют отвечать своими словами

Предлагают выбрать один из предложенных вариантов ответов

К методам изучения первичной информации можно отнести:

Изучение специализированных журналов, отчетов и проспектов различных организаций

Анализ отчетов торговых агентов и сотрудников подразделений сбыта продукции

+Непосредственное наблюдение за покупателями и посетителями в местах продажи товаров, проведение экспериментов, проведение опросов о знаниях, Убеждениях, предпочтениях лиц, степени их удовлетворенности предлагаемыми товарами.

Закрытые вопросы анкеты не следует использовать в тех случаях, когда:

+Необходимо отобрать респондентов по некоторым признакам

У респондентов существует четкое и осознанное представление об исследуемой проблеме

Требуется получить сведения о респондентах

Все ответы верны

К какому виду исследования рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

+Кабинетные исследования

Полевые исследования

Не относится к исследованиям

Все ответы верны

Система внутренней маркетинговой информации предназначена:

+Для сбора и обработки информации из источников, находящихся внутри исследуемого объекта

Для предоставления текущей информации о деятельности фирмы

Для предоставления эксклюзивной информации о деятельности фирмы, позволяющей решить некоторую проблему

Все ответы верны

Маркетинговое наблюдение, или разведка, представляет собой:

+Источник внешней маркетинговой информации

Систему сбора и обработки внешней текущей информации

Метод сбора маркетинговой информации – наблюдение

Все ответы верны

Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения:

Лабораторную

Кабинетную

+Полевую

Все ответы верны

Наблюдение является единственно возможным методом сбора информации в случаях, когда:

Объект отказывается от сотрудничества

+Необходимо избежать субъективности оценок поведения

Необходимо воспринимать неосознанное поведение людей

Все ответы верны

Информация, которая уже существует и использовалась в других целях, называется

Первичной

+Вторичной

Поисковой

Описательной

Самым универсальным методом опроса является

Интервью по телефону

Раздача анкет по квартирам

Рассылка анкет по почте

+Личное интервью

Тема4. Продвижение товара

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Реклама- это?

+Неличная коммуникация

Немассовая коммуникация

Двухсторонняя коммуникация

Все ответы верны

Правильного ответа нет

В качестве недостатка прямого канала распространения рекламы можно указать?

Конфиденциальность обращения

+Высокую стоимость обращения в расчете на один контакт

Консервативность аудитории

Правильного ответа нет

Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

Потребители

Рекламораспространители

Рекламодатели

+Целевые аудитории

Исторически первая форма массовой рекламы:

Рекламные сувениры

Реклама в газетах

+Печатная реклама

Наружная реклама

Рекламой является:

Письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы

+Выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы

Сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы

Правильного ответа нет

Заказчиком рекламы является:

+Рекламодаватель

Рекламное агентство

Журнал

Потребитель

При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

Реклама в прессе

Печатная реклама

Реклама в транспорте

+Реклама на месте продаж

Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое одним форматом:

Каталог

Проспект

+Буклет

Листовка

Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:

Каталог

Буклет

+Проспект

Плакат

Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

+Специальные купоны на упаковке

Бесплатные образцы

Распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь

Демонстрация (образцов товаров)

Рекламируя товар, продавец должен выступать с утверждениями относительно товара, которые:

Немного преувеличивают его реальные свойства

+ Достоверно отражают его свойства

Не соответствуют его реальным свойствам

Менее всего расхваливают данный товар

Рекламопроизводитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее:

+ Полное и частичное приведение рекламной информации к готовой для Распространения форме

Производство рекламной продукции по заказу рекламодателя

Полное приведение рекламной продукции к использованию в средствах Распространения рекламы

Финансирование, производство и размещение рекламной информации

Рекламораспространитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или распространение) рекламной информации:

Путем оплаты (финансирования) услуг соответствующих средств распространения рекламной информации

Теми способами и в тех средствах распространения рекламы, которые определил рекламодатель

+ Путем предоставления и (или) использования имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.)

Путем продажи и (или) сдачи во временное использование имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.)

Рекламодатель - это юридическое или физическое лицо, являющееся:

Финансирующей стороной производства рекламы

Источником рекламной информации для производства и размещения рекламы

Источником рекламной информации и финансирующей стороной для производства и распространения рекламы

+ Источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы

Рекламная кампания – это:

Фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью

Процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю

Планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий

+ Комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка

Целью контроля рекламной деятельности является:

Разработка направлений развития фирмы;

Определение оптимальной численности сотрудников фирмы;
+Определение эффективности расходования средств на рекламу

Правильного ответа нет

Если компания производит ювелирную продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители сконцентрированы в одном географическом регионе, какой метод продвижения товара будет наиболее целесообразен:

Реклама

+Личные продажи

Паблик рилейшнз

Стимулирование сбыта

Если компания производит ювелирную продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители находятся в разных географических регионах, какой метод продвижения товара будет наиболее целесообразен:

+Реклама

Личные продажи

Паблик рилейшнз

Стимулирование сбыта

Каким показателем может быть определена эффективность рекламной кампании:

Увеличением числа торговых точек

Увеличением интереса потребителей к товару

+Получением рекламного прироста, представляющего собой разность между объемами продаж после прекращения рекламной кампании и объемами продаж до ее начала

Правильного ответа нет

Конечная цель продвижения товара:

Информирование покупателей

Расширение ассортимента

Коммуникация с потребителем

+Убеждения потребителей в покупке товара

Реклама – это:

Информация о товаре

Кратковременная мера поощрения продаж

+Платная форма представления товара

Купля-продажа в ходе личной беседы

Организация может практически не использовать рекламу:

+При чрезмерном спросе

При снижающемся спросе

При негативном спросе

При отрицательном спросе

Скрытая реклама – это :

Сюжет в телевизионной программе, за который рекламодатель заплатил деньги

Заказной рекламный материал, опубликованный в виде статьи, интервью

+Не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие
Рекламный ролик, из которого непонятно, что рекламируется

Таблица 3.1 – Критерии оценки сформированности компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)		
	на базовом уровне	на повышенном уровне	
	соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла	соответствует оценке «хорошо» 65-85% от максимального балла	соответствует оценке «отлично» 86-100% от максимального балла
<p>ИД-1_{ук-2} Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>ИД-2_{ук-2} Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, но испытывает затруднения в выборе оптимального способа ее решения исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, публично представляет результаты решения, но допускает неточности в оценке имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирает оптимальные способы ее решения исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, публично представляет результаты решения.</p>

<p>имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>ИД-3_{УК-2} Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4_{УК-2} Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>			
<p>ИД-1_{ОПК-6} Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2_{ОПК-6} Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность, но испытывает затруднения в применении технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность, но допускает неточности в применении технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность применения технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>

Модуль 2 Менеджмент

Тема 5 «Основы менеджмента. Модели менеджмента»

Вопросы для опроса:

1. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Цели и задачи современного менеджмента.
2. Виды менеджмента.
3. Менеджеры в системе управления. Модель антикризисного управляющего.
4. Зарубежные модели управления.
5. Особенности развития и характерные черты российского менеджмента на современном этапе. Принципы управления для современных деловых российских организаций.

Контрольная работа

Какие черты американской и японской моделей менеджмента используются, на Ваш взгляд, в практике российского менеджмента?

Выделите эти черты в правом и левом столбцах таблицы и внесите их в средний столбец:

Типы моделей менеджмента

Американская модель	Российская модель менеджмента	Японская модель менеджмента
<ul style="list-style-type: none"> · Индивидуальный характер принятия решений · Индивидуальная ответственность · Ориентация управления на отдельную личность · Оценка управления по индивидуальному результату · Оплата труда по индивидуальным достижениям · Найм на работу на короткий срок · Строго формализованная структура управления · Чётко формализованная процедура контроля · Профессионализм и инициатива как главные качества руководителей · Формальные отношения с подчиненными · Деловая карьера обуславливается личными результатами · Быстрая оценка результатов труда, ускоренное продвижение по службе 		<ul style="list-style-type: none"> · Управленческие решения принимаются коллективом на основе единогласия · Коллективная ответственность · Ориентация управления на группу · Оценка управления по достижению гармонии в коллективе и по коллективному результату · Оплата труда по показателям работы группы, служебному стажу и т.д. · Долгосрочный найм руководителей и работников организаций · Нестандартная, гибкая система управления · Неформальная организация контроля · Основное качество руководителя уметь осуществлять координацию действий и контроль · Личные неформальные отношения с подчиненными · Продвижения по службе по старшинству и стажу работы

		Замедленная оценка работы сотрудника и служебный рост
--	--	---

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Что из перечисленного ниже не раскрывает сущность управления?

Что такое менеджмент:

Управление социально-экономической жизнью общества через различные институты;

Производство товаров, ориентированное на рынок;

Дело или занятие, которое является источником получения прибыли;

+Самостоятельный вид профессиональной деятельности по управлению социально-экономическими системами (организацией) или ее конкретной сферой?

Что является основой управления какой либо системы?

+ Принципы, которые отражают рыночные условия хозяйствования;

Методы менеджмента;

Функции менеджмента;

Финансовые ресурсы;

Объект менеджмента.

Где преимущественно следует использовать понятие «менеджмент»:

в иерархических структурах;

+в социально-экономических системах;

в предпринимательских структурах;

в естественных системах?

Что из перечисленного ниже обусловило возникновение практики управления:

+разделение и кооперация труда;

появление общения между людьми;

возникновение первобытно-общинного строя;

возникновение производства?

К видам управления относятся:

техническое, маркетинговое, биологическое, системное, коллективное;

техническое, экономическое, системное, процессное, ситуационное;

+государственное, техническое, идеологическое, управление социальными процессами, хозяйственное;

политическое, экономическое, территориальное, коллективное, партисипативное.

Как соотносятся между собой два понятия «управление» и «менеджмент» применительно к условиям организации:

+понятие «управление» шире;

понятие «менеджмент» шире;

понятия «управление» и «менеджмент» имеют противоположное значение;

эти понятия являются синонимами?

Объект управления - это:

организатор управленческой деятельности;

+тот, на кого направлена управленческая деятельность;
тот, кто передает управленческие команды;
+тот, кто получает управленческие команды.

Кто такой субъект управления:

+тот, кто готовит и передает управленческие команды;
тот, на кого направлена управленческая деятельность;
тот, кто получает управленческие команды;
тот, кто сначала получает управленческие команды, а затем их передает?

Конечной целью менеджмента является

развитие технико-экономической базы фирмы
+обеспечение прибыльности фирмы
рациональная организация производства
повышение квалификации и творческой активности работника

В системе менеджмента выделяются различные виды:

инновационный
кадровый
производственный
+все вышеперечисленные

Какие формы разделения управленческого труда существуют:

горизонтальные и диагональные
+вертикальные и диагональные
горизонтальные и вертикальные
диагональные и поперечные
Прочитайте и выберите правильный вариант ответа.

Английское слово «менеджмент» употребляется, когда мы говорим...

управление;
управление в сфере услуг;
+управление в рыночных условиях
управление государством

Определите принципы, лежащие в основы менеджмента?

единоначалие, мотивация, лидерство, обратная связь
научность, ответственность, правильный подбор и расстановка кадров
экономичность, обратная связь, единоначалие, мотивация
+все перечисленное

Менеджмент – это наука, изучающая

рыночные отношения
+управление финансовыми, сырьевыми и материальными ресурсами
способы финансирования системы здравоохранения
структуру рынка

Термин «менеджмент» принято переводить на русский язык как:

направление
владение
+управление

деятельность

Определите характерный признак Японской модели управления:

индивидуальная ответственность

+коллективная ответственность

оплата труда по индивидуальным достижениям

наем на работу на короткий период

Управление в социальных системах – это управление:

+людьми

животными

техникой

предметами

Как вы понимаете содержание менеджмента:

правильный подбор сотрудников;

+основные элементы, составляющие управление (закономерности, принципы, цели, задачи, функции, методы, структура, органы и средства управления);

отдача приказов;

разработка бизнес-плана?

Субъект управления это:

+Работник управления

Средства труда

Менеджмент

Маркетинг

Функция управления это:

Определенное свойство субъекта управления

Определенное свойство объекта управления

+Устойчивая группа операций, основанная на разделении труда

Это обособленные виды деятельности, направленные на определенную часть управляемого объекта

Планирование, организация, мотивация, координация и контроль – это:

принципы управления;

структуры управления;

методы управления;

+функции управления.

Тема 6 «Научные подходы к менеджменту»

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

Школа научного управления получила развитие в ...

Англии

Японии

России

+США

Китае

Фредерик Тейлор возглавлял:

административную школу

+школу научного управления

математическую школу

школу человеческих отношений

К какой школе принадлежат 14 принципов, которые определял А. Файоль?

+административная школа

школа научного управления

школа человеческих отношений

нет правильного варианта ответа

К основным принципам управления по А. Файолю относятся (-сятся)...

жесткое руководство

приоритет интересов руководства

+делегирование полномочий

+разделение труда

Как исторически развивался менеджмент:

+по мере развития социально-экономической среды

революционным путем

эволюционным путем

нет правильного варианта ответа

Какие из указанных принципов не являются наиболее значимыми для современных организаций:

+иерархия управления

ответственность перед потребителями продукции (услуг)

лояльность и доверие к работникам организации

непосредственное участие менеджеров в работе групп

Основные принципы управления впервые были сформулированы ...

+Ф.У. Тейлором

А. Файолем

А. Маслоу

М. Вебером

Производственный процесс является объектом изучения школы ...

классической

+научного управления

психологии и человеческих отношений

все ответы неверны

Хотгорнские эксперименты проводил ...

Ф. Тейлор

Р. Оуэн

+Э. Мэйо

А.А. Богданов

Впервые менеджмент был определен как обеспечение выполнения работы с помощью других лиц:

Э. Мэйо

М. Фоллет

А. Файоля

Ф. Тейлора

К элементам, рассматривающим организацию как систему с точки зрения управленческого аспекта, относятся такие блоки как «вход», «обработка данных», «выход», а также...

«организационные структуры управления»

+ «обратная связь»

«контроль»

«функции управления»

Какой из указанных ниже ученых является основателем школы научного управления:

Э. Мэйо

+Ф.Тейлор

А. Файоль

М. Вебер

Какая школа управления впервые стала официально учитывать человеческий фактор:

классическая школа управления

школа научного управления

+ школа человеческих отношений

школа человеческих резервов

В истории менеджмента какой школы не существует:

классической

+адаптивной

школы человеческих отношений

школы научного управления

Эффект Хотторна берет свое начало из эксперимента:

Ф.Тейлора

Г. Герцберга

+Э. Мэйо

А. Файоль

В административной функции А. Файоль выделял пять ее основных элементов:

+предвидение, планирование, организация, координация, контроль

предвидение, планирование, мотивация, организация, контроль

предвидение, организация, мотивация, координирование, контроль

предвидение, организация, мотивация, координирование, контроль

Установление расценок должно основываться на точном знании, а не на догадках. Это утверждение принадлежит:

- А. Файолю
- + Ф.Тейлору
- Э. Мэйо
- А. Маслоу

Главная идея ситуационного подхода в управлении заключается в том, что:

разделение труда необходимо осуществлять по функциональному принципу
управление необходимо рассматривать как непрерывный процесс
+ управленческое поведение должно быть разным в различных ситуациях

необходимо соблюдать подчинение индивидуальных интересов общим

Сущность системного подхода в управлении заключается в том, что:

управление необходимо рассматривать как непрерывный процесс
управленческое поведение должно быть разным в различных ситуациях
необходимо соблюдать подчинение индивидуальных интересов общим
+организация рассматривается как открытая система, в которой все ее части взаимосвязаны и изменение одной из них оказывает влияние на все остальные

Что из перечисленного ниже не относится к научным школам управления:

классическая (административная) школа управления

школа научного управления

школа человеческих отношений

+школа А. Маслоу

Когда управление было признано наукой и самостоятельной областью исследования:

в конце XV в.

в конце XVII – начале XVIII в.

+в конце XIX – начале XX в.

в середине XX в.

Тема 8 «Мотивация деятельности в менеджменте»

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант ответа:

В менеджменте содержательные теории мотивации основаны на идентификации ...

поведения

познания

+потребностей

Разработчиком пирамиды иерархии основных потребностей является ...

Д. Макклелланд

К. Альдерфер

+А. Маслоу

Ф. Герцберг

В теории мотивации критериальная база человека складывается из

восприятий, стереотипов

+расположений, ценностей, верований, принципов

целей, усилий, активности

поведения, характера

Точкой концентрации внимания _____ теорий мотивации является динамика взаимодействия различных мотивов, т.е. то, как инициируется и направляется поведение человека.

+процессуальных

содержательных

гигиенических

физиологических

Теория _____ исходит из того, что если человек в организации заинтересованно принимает участие в различной внутриорганизационной деятельности, то он тем самым, получая от этого удовлетворение, работает с большей отдачей.

равенства

+партиципативного управления

ожидания

постановки целей

В теории управления к внешнему типу вознаграждения, которое дается организацией, относятся...

самоуважение

+заработная плата

+символы служебного статуса, продвижение по службе

возможность творчества

В теории менеджмента к группе процессуальных теорий мотивации относят теории ...

двух факторов Ф. Герцберга

+справедливости

+иерархии потребностей А. Маслоу

ожиданий В. Врума

В практике менеджмента для мотивации персонала в соответствии с двухфакторной теорией мотивации Ф. Герцберга используют следующие мотивирующие факторы ...

повышение квалификации

+хорошие отношения с коллегами

стабильность занятости

+карьера

В менеджменте внутренний побудитель активности, нужда в чем-либо –

это ...

+мотив
интерес
побуждение
мотивация

С точки зрения теории менеджмента процесс побуждения людей к необходимым действиям называется...

стимулированием
+мотивацией
поощрением
ощущением

В менеджменте среди мега-потребностей в теории мотивации Д. МакКлеланда отсутствует потребность в (во)...

+безопасности
власти
успехе
причастности

Согласно теории менеджмента _____ потребности человека усложняют мотивационные усилия менеджеров

+вторичные
первичные
единичные
третичные

Согласно теории менеджмента наиболее мотивирующими для работников в соответствии с двухфакторной моделью Ф. Герцберга являются факторы

...

мотивации
+гигиенические
существования
родственности

По теории Маслоу, какие из человеческих потребностей находится на самом нижнем уровне пирамиды:

социальные
потребности в уважении
потребности в безопасности и защищённости
+физиологические потребности

К первичным потребностям человека не относится:

потребность в уважении
потребность в отдыхе
потребность в жилище
+потребность в еде

Потребности человека располагаются в виде строгой иерархической структуры согласно:

теории ожиданий Врума
+ теории потребностей Маслоу
теории приобретенных потребностей МакКлелланда
теории справедливости Адамса

Виды мотивации:

+моральное стимулирование
хорошие деловые отношения с руководителем
+материальное стимулирование.

Мотивация – это:

функция управления
воздействие на человека
+фактор, определяющий его поведение.

Какие потребности не входят в иерархию потребностей А. Маслоу:

+власть
физиологические
самовыражения
безопасности.

Процесс стимулирования себя и других на достижение индивидуальных и общих целей организации - это:

координация
организация
+мотивация
обучение

Какая из перечисленных ниже теорий мотивации относится к процессу-альным:

А. Маслоу
Ф. Герцберга
+ожидания
МакКлелланда

Что из указанного ниже характеризует сущность стимулирования:

способ удовлетворения потребностей
+процесс использования различных стимулов
«стимулирование» - это синоним «мотивированию»
изучение потребностей человека

Что такое мотивация?

+совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к деятельности
средства, применяемые в менеджменте, для повышения производительности труда
синоним термину «стимулирование»
заработная плата

Какие факторы по теории Ф. Герцберга снимают неудовлетворенность работой?

+гигиенические
мотивационные.

По теории А. Маслоу можно удовлетворять последующую потребность только после того, как удовлетворена предыдущая:

+да

Нет

Таблица 3.2 – Критерии оценки сформированности компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)		
	на базовом уровне	на повышенном уровне	
	соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла	соответствует оценке «хорошо» 65-85% от максимального балла	соответствует оценке «отлично» 86-100% от максимального балла
<p>ИД-1_{УК-2} Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>ИД-2_{УК-2} Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, но испытывает затруднения в выборе оптимального способа ее решения исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, публично представляет результаты решения, но допускает неточности в оценке имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирает оптимальные способы ее решения исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, публично представляет результаты решения.</p>

<p>ИД-3_{УК-2} Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4_{УК-2} Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>			
<p>ИД-1_{ОПК-6}. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2_{ОПК-6} Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность, но испытывает затруднения в применении технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность, но допускает неточности в применении технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность применения технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>

2 ОЦЕНИВАНИЕ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ, РЕГЛАМЕНТИРУЕМЫХ УЧЕБНЫМ ПЛАНОМ

Письменные работы по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

3 ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине зачет.

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Задания закрытого типа:

Выберите один правильный вариант ответа

1. Постановка краткосрочных целей это:

- результат, которого нужно достичь в настоящее время
- + результат, которого нужно достичь в ближайшем будущем
- результат, которого необходимо достичь через 5 лет
- результат, которого можно достичь через 10 лет

Выберите несколько правильных вариант ответа

2. Выберите формы коллегиальной реализации управленческих решений:

- предписание
- +совещание
- +заседание
- отчет

3. К объективным причинам образования сверхплановых потерь рабочего времени относятся:

- +заболевания работников с временной потерей трудоспособности; прогулы;
- простой вследствие неисправности машин и оборудования;
- +простой из-за неблагоприятных климатических условий.

Задания открытого типа:

Дополните

4. Главная цель стадии развития организации - внедрение инноваций, обеспечение оживления в экономической, организационной и управленческой деятельности – это: _____

Правильный ответ: возрождение.

5. Один из важнейших вопросов реализации организационно-управленческих решений – это _____ руководителя и исполнителей в случае получения неблагоприятных результатов

Правильный ответ: ответственность.

6. Одна из наиболее важных и сложных обязанностей менеджера состоит в правильной и своевременной _____ организационных проблем

Правильный ответ: диагностике.

7. Для принятия обоснованных организационно- управленческих решений необходимо информационное обеспечение, состоящее из _____

Правильный ответ: анализа информации

8. _____ означает обязанность и готовность руководителя действовать определенным образом по отношению к различным лицам и группам лиц в организации и за ее пределами.

Правильный ответ: ответственность.

9. Один из важнейших вопросов реализации организационно-управленческих решений – это _____ руководителя и исполнителей в случае получения неблагоприятных результатов

Правильный ответ: ответственность.

Практико-ориентированные задание

10. Допустим у вас в подчинении, работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост невозможен, а доход достаточно высок, есть так же комиссионные. Определите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

Правильный ответ: материальная мотивация в виде премиальных, почетные грамоты и вознаграждения за счет фирмы.

Дайте развернутый ответ на вопрос

11. Понятие и подходы к маркетингу

Правильный ответ:

Маркетинг – это единый комплекс организации производства и сбыта товара (услуги), направленный на выявление и удовлетворение потребностей конкретной группы потребителей с целью получения прибыли.

Подходы к маркетингу:

Конверсионный – этот подход связан с негативным спросом;

Стимулирующий - этот подход связан с безразличием потребителей к определенным товарам.

Развивающий связан с начавшимся формированием спроса на товары.

Ремаркетинг – это изыскание новых путей маркетинга с целью создать новый жизненный цикл товара, на который упал спрос.

Поддерживающий – это маркетинг, ориентированный на поддержание имеющегося полного спроса путем сохранения необходимого.

12. Виды информации и методы ее сбора маркетинговой информации

Правильный ответ:

Информация, которая изучается руководством фирмы, подразделяется на

два вида - первичную и вторичную (обработанную).

Первичная информация - это никем не обработанные данные, собранные впервые специально для какой-либо конкретной цели, она формируется непосредственно в процессе специальных обследований (опросов, наблюдений, тестирования и т. п.), направленных на решение конкретной проблемы.

Вторичная информация - это материал, который кто-то в свое время подготовил в обработанном виде, преследуя свои определенные цели отличные от целей того, кто потребляет эту информацию как вторичную. вторичная - представляет данные, получаемые из бухгалтерской и статистической отчетности, специальных публикаций, справочников, систематизирующих и аналитических обобщений.

Методы сбора маркетинговой информации: Наблюдение, опрос, интервью, эксперимент.

ОПК-6 Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности;

Задания закрытого типа:

Выберите один правильный вариант ответа

1. Какая группа методов управления осуществляются путем создания экономических условий, побуждающих работников действовать в нужном направлении и добиваться решения поставленных перед ними задач?

организационно-административные;

социально-психологические;

+экономические;

нет верного ответа.

2. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции?

Совершенствования товара

Интенсификации коммерческих усилий (реклама)

+ Совершенствования производства

Правильного ответа нет

3. Уровень минимально допустимой цены единицы продукции должен возмещать:

постоянные затраты

+ переменные затраты

средние затраты

нет верного ответа

4. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это:

мотивация по статусу

+внешняя мотивация
 мотивация по результату
 внутренняя мотивация

Выберите несколько правильных вариант ответа

5.Оценка экономической эффективности управленческих решений позволяет:

- +выявлять наиболее важные факторы роста
- +отслеживать и корректировать неуправляемые процессы
- привлекать контрагентов
- + планировать дальнейшее совершенствование организации и ее подразделений

6. Установите соотношение между терминами и их описанием

	Термин		Описание
1	Организационная эффективность	1	характеризует процесс достижения целей функционирования и развития организации
2	Экономическая эффективность	2	характеризует соотношение эффекта, полученного в результате реализации конкретного управленческого решения и затрат на его разработку и реализацию
3		3	характеризует соответствие деятельности организации политическим интересам работников и их групп, общества в целом и государства

Правильный ответ: 1-1; 2-2.

7. Установите соотношение между терминами и их описанием

	Термин		Описание
1	Социальная эффективность	1	рассматривается как достижение определенных результатов в развитии используемой техники и технологии (в том числе соответствие отраслевому, национальному или мировому технологическому уровню производства или его превышение).
2	Технологическая эффективность	2	рассматривается как соответствие различных видов деятельности организации интересам сотрудников и других групп заинтересованных лиц
3		3	характеризует процесс достижения целей функционирования и развития организации

Правильный ответ: 1-2; 2-1.

Задания открытого типа:

Дополните

8. Экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами это _____

Правильный ответ: Цифровая экономика

9. _____ представляет собой согласованный и взаимосвязанный процесс осуществления планирования и научно-обоснованного управления деятельностью организации на основе составления бюджетов

Правильный ответ: бюджетирование

10. Экономическая эффективность управленческого решения связана с полученной _____ от его внедрения.

Правильный ответ: экономией.

11. Целевой подход оценки экономической эффективности позволяет вместо рыночной стоимости управленческого решения использовать _____ стоимость произведенной продукции.

Правильный ответ: рыночную

12. Экономическая эффективность мероприятий по изучению спроса отражается также на ускорении _____ товаров.

Правильный ответ: оборачиваемости

13. _____ эффективность характеризует соотношение эффекта, полученного в результате реализации конкретного управленческого решения и затрат на его разработку и реализацию.

Правильный ответ: экономическая.

14. Ресурсная результативность, полученная по итогам разработки и реализации управленческих решений – это _____ управленческих решений.

Правильный ответ: эффективность.

15. Доходность, рентабельность, ликвидность относятся к качественным показателям _____ эффективности управленческих решений.

Правильный ответ: экономической.

17. _____ эффективность управленческих решений - это результат достижения отраслевого, национального или мирового технического и технологического уровня производства за более короткое время или с меньшими финансовыми затратами.

Правильный ответ: технологическая

18. Ситуация, в которой при определенном уровне знаний и ограниченном количестве производственных ресурсов невозможно произвести большее количество одного товара или услуги, не пожертвовав возможностью производства некоторого количества других товаров или услуг - это _____

Правильный ответ: эффективность

19. Размер затрат на единицу продукции - это _____

Правильный ответ: себестоимость

Практико-ориентированные задания

20. Организация занимается производством картофеля. Денежная выручка от реализации картофеля составила 87000 тыс. руб., полная себестоимость реализованного картофеля составила – 55000 тыс. руб., объем продаж равен 80524 ц. Требуется рассчитать сколько составит прибыль в расчете на один центнер картофеля?

Правильный ответ: $(87000 - 55000) / 80524 \times 1000 = 397,39$ руб./ ц

21. Рассчитать прибыль от продаж, если выручка 145832 тыс. руб., себестоимость реализованной продукции 111880 тыс. руб., коммерческие расходы 4657 тыс. руб.

Правильный ответ: 29295 тыс. руб.

22. Необходимо определить численность основных рабочих для выполнения объема работ, трудоемкость которых составляет 273600 нормо-часов. Плановый фонд рабочего времени 1900 часов, коэффициент выполнения норм труда 1,2.

Правильный ответ: $273600 : (1900 \times 1,2) = 120$ чел.

23. Планируемый объем продукции составляет 1 млн. руб., норматив заработной платы 0,2 руб. Определить плановый фонд оплаты труда (ФОТпл).

Правильный ответ: $1 \text{ млн.} \times 0,2 = 200$ тыс. руб.

24. Производственная программа включает 100000 единиц продукции. Сдельная расценка за единицу продукции 3 рубля. Коэффициент выполнения планового задания 1,2. Определить фонд оплаты труда рабочих-сдельщиков (ФОТсд).

Правильный ответ: $100000 \times 3 \times 1,2 = 360000$ руб.

25. Дневная тарифная ставка равняется 150 рублей. Фактически отработано три дня. Определить заработок работника.

Правильный ответ: $150 \times 3 = 450$ руб.

26. Цена продаж – 4000 руб./шт. Оборот составлял 20 продаж в день. Новая цена составила 5000 руб./шт. объем продаж сократился до 10 шт./день. Определить старый и новый объемы продаж товара в стоимостном выражении.

Правильный ответ:

Старый объем продаж в стоимостном выражении = $4000 * 20 = 80\ 000$ руб./день

Новый объем продаж в стоимостном выражении = $5000 * 10 = 50\ 000$ руб./день

27. Затраты на производство товара составили 3000 руб./шт. Цена продаж – 4000 руб./шт. Оборот составлял 20 продаж в день. Новая цена составила 5000 руб./шт. Объем продаж сократился до 10 шт./день.

Определить старую и новую прибыль на единицу товара

Правильный ответ:

Старая прибыль = $4000 - 3000 = 1000$ руб./шт.

Новая прибыль = $5000 - 3000 = 2000$ руб./шт.

Дайте развернутый ответ на вопрос:

28. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования.

Правильный ответ:

Система маркетинговой информации - это постоянно действующая система взаимосвязи людей, технических средств и методических приемов, предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной, своевременной и точной информации.

Система маркетинговой информации включает внутреннюю отчетность, сбор текущей маркетинговой информации, маркетинговых исследования и анализа информации.

Маркетинговые исследования - систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах.

29. Виды информации и методы ее сбора маркетинговой информации

Правильный ответ:

Информация, которая изучается руководством фирмы, подразделяется на два вида - первичную и вторичную (обработанную).

Первичная информация - это никем не обработанные данные, собранные впервые специально для какой-либо конкретной цели, она формируется непосредственно в процессе специальных обследований (опросов, наблюдений, тестирования и т. п.), направленных на решение конкретной проблемы.

Вторичная информация - это материал, который кто-то в свое время подготовил в обработанном виде, преследуя свои определенные цели отличные от целей того, кто потребляет эту информацию как вторичную. вторичная - представляет данные, получаемые из бухгалтерской и статистической отчетности, специальных публикаций, справочников, систематизирующих и аналитических

обобщений.

Методы сбора маркетинговой информации: Наблюдение, опрос, интервью, эксперимент.

30. Цена и виды ценообразования

Правильный ответ:

Цена – это способность товара, выраженная в денежных единицах, учитывающая размер затрат, необходимых для его приобретения и эксплуатации.

Виды ценообразования.

Дискриминационное образование – это продажа товара (услуги) по разным ценам независимо от издержек.

Ценообразование по психологическому принципу – это определение цены не только с экономической стороны, но и учитывая психологические факторы.

Стимулирующее ценообразование – это снижение цены на некоторое время с целью повышения уровня продаж в краткосрочном периоде. Применяется для снижения запасов товара.

Ценообразование по географическому принципу - это установление разного уровня цен в зависимости от удаленности от производителя.

4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПОВТОРНОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине зачет.

Повторная промежуточная аттестация по дисциплине проводится с использованием заданий для оценки сформированности компетенций на базовом уровне по всем модулям, входящим в структуру дисциплины за семестр, по итогам которого студент имеет академическую задолженность.

Вопросы к зачету

1. Понятие и подходы к маркетингу
2. Функции маркетинга, их классификация
3. Цели и принципы маркетинга
4. Эволюция концепций маркетинга
5. Задачи маркетинга
6. Виды маркетинга
7. Система маркетинговой информации
8. Система маркетинговых исследований
9. Методы маркетинговых исследований
10. Понятие рекламы и история ее развития
11. Рекламная программа и формы ее обращения

12. Закон РФ о рекламе
13. Пропаганда и стимулирование сбыта
14. Public relations – связь с общественностью
15. Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства.
16. Менеджер в системе управления.
17. Национальные особенности менеджмента
18. Эволюция управленческой мысли.
19. Основные подходы к менеджменту.
20. Современные концепции менеджмента
21. Цикл менеджмента.
22. Понятие функций менеджмента.
23. Краткая характеристика функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.
24. Сущность мотивации.
25. Содержательные теории мотивации.
26. Процессуальные теории мотивации.
27. Современные теории мотивации.
28. Функции менеджмента и их классификация
29. Конфликты. Виды конфликтов и методы их разрешения.
30. Ценовая политика в маркетинге.

Таблица 4 – Критерии оценки сформированности компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)
	на базовом уровне
	соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла
ИД-1 _{УК-2} Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. ИД-2 _{УК-2} Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Владеет материалом по теме, проектирует решение конкретной задачи проекта, но испытывает затруднения в выборе оптимального способа ее решения исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

<p>ИД-3_{УК-2} Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4_{УК-2} Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>	
<p>ИД-1_{ОПК-6} Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2_{ОПК-6} Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>	<p>Владеет базовыми знаниями экономики в сфере сельскохозяйственного производства, определяет экономическую эффективность, но испытывает затруднения в применении технологических приемов при возделывании сельскохозяйственных культур.</p>