

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович  
Должность: Врио ректора  
Дата подписания: 26.09.2023 12:05:18  
Уникальный программный ключ:  
b2dc75470204b31f6c58d577a11987e333e3275f9d45aa8c372d0610c6c81

**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>«Декоративное растениеводство и фитодизайн»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная, заочная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года (очная), 4 года 8 месяцев (заочная)</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
<b>Модуль 1 Маркетинг</b> 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
<b>Модуль 2 Менеджмент</b> 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.	

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

## 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 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<sub>УК-2</sub> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>ИД-2<sub>УК-2</sub> 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<sub>УК-2</sub> Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4<sub>УК-2</sub> Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>			
<p>ИД-1<sub>ОПК-6</sub> Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2<sub>ОПК-6</sub> 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"> <li>· Индивидуальный характер принятия решений</li> <li>· Индивидуальная ответственность</li> <li>· Ориентация управления на отдельную личность</li> <li>· Оценка управления по индивидуальному результату</li> <li>· Оплата труда по индивидуальным достижениям</li> <li>· Найм на работу на короткий срок</li> <li>· Строго формализованная структура управления</li> <li>· Чётко формализованная процедура контроля</li> <li>· Профессионализм и инициатива как главные качества руководителей</li> <li>· Формальные отношения с подчиненными</li> <li>· Деловая карьера обуславливается личными результатами</li> <li>· Быстрая оценка результатов труда, ускоренное продвижение по службе</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Управленческие решения принимаются коллективом на основе единогласия</li> <li>· Коллективная ответственность</li> <li>· Ориентация управления на группу</li> <li>· Оценка управления по достижению гармонии в коллективе и по коллективному результату</li> <li>· Оплата труда по показателям работы группы, служебному стажу и т.д.</li> <li>· Долгосрочный найм руководителей и работников организаций</li> <li>· Нестандартная, гибкая система управления</li> <li>· Неформальная организация контроля</li> <li>· Основное качество руководителя уметь осуществлять координацию действий и контроль</li> <li>· Личные неформальные отношения с подчиненными</li> <li>· Продвижения по службе по старшинству и стажу работы</li> </ul>

		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<sub>УК-2</sub> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>ИД-2<sub>УК-2</sub> 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<sub>УК-2</sub> Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4<sub>УК-2</sub> Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>			
<p>ИД-1<sub>ОПК-6</sub>. Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2<sub>ОПК-6</sub> 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 отчетностей, 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 <sub>УК-2</sub> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. ИД-2 <sub>УК-2</sub> 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<sub>УК-2</sub> Решает конкретные задач проекта заявленного качества и за установленное время.</p> <p>ИД-4<sub>УК-2</sub> Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.</p>	
<p>ИД-1<sub>ОПК-6</sub> Демонстрирует базовые знания экономики в сфере сельскохозяйственного производства.</p> <p>ИД-2<sub>ОПК-6</sub> 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>