

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 02.10.2023 09:57:08

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27359845aa0c172a0640c8e81

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

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета агробизнеса

_____/Т.В. Головкова/

«14» июня 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОП.06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность: 43.02.05 Флористика

Квалификация: флорист

Форма обучения: очная

Срок освоения ППССЗ: нормативный, 2 года 10 месяцев

На базе: основного общего образования

Фонд оценочных средств, предназначен для оценивания сформированности компетенций по дисциплине: **Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

Разработчик

Доцент Роскова О.А. _____

Утвержден на заседании кафедры: кафедры экономики, организации производства и бизнеса от 28 апреля 2023 года протокол № 10

Заведующий кафедрой

Королева Н.Л. _____

Согласовано:

Председатель методической комиссии факультета агробизнеса

Сорокин Н.А. _____

протокол № 4 от «13» июня 2023 года

Результаты освоения дисциплины
Основы экономики, менеджмента и маркетинга
 ППССЗ (СПО) по специальности:
 43.02.05 Флористика

Коды компетенций по ФГОС	Компетенции	Результат освоения
Общие компетенции		
ОК–1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать сущность и социальную значимость будущей профессии Уметь проявлять к будущей профессии устойчивый интерес
ОК–2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать методы и способы выполнения профессиональных задач Уметь организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК–3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать алгоритм действий в чрезвычайных ситуациях Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, в т. ч. ситуациях риска, и нести за них ответственность
ОК–4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать круг профессиональных задач, цели профессионального и личностного развития Уметь осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективного исполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК–5	Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знать основы информационной культуры Уметь осуществлять анализ и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
ОК–6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Знать приемы и способы адаптации в профессиональной деятельности Уметь адаптироваться к меняющимся условиям профессиональной деятельности
ОК–7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Знать нормы морали, профессиональной этики и служебного этикета Уметь выполнять профессиональные задачи в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета
ОК–8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Знать круг задач профессионального и личностного развития Уметь самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение

		квалификации
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать технологию профессиональной деятельности Уметь ориентироваться в условиях смены технологий в профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции		
ПК-1.1	Выполнять первичную обработку живых срезанных цветов и иного растительного материала	Знать: – основные положения экономической теории; – принципы рыночной экономики; – современное состояние и перспективы развития отрасли; – роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; – механизмы ценообразования на продукцию (услуги); – механизмы формирования заработной платы; – формы оплаты труда; – стили управления, виды коммуникации; – принципы делового и управленческого общения; – управленческий цикл; – особенности менеджмента в области флористики; – сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики; – формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; – основы рекламы во флористике. Уметь: – рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.
ПК-1.2	Изготавливать и аранжировать флористические изделия	
ПК-1.3	Упаковывать готовые изделия	
ПК-2.1	Ухаживать за горшечными растениями	
ПК-2.2	Создавать композиции из горшечных растений	
ПК-2.3	Обеспечивать сохранность композиций на заданный срок	
ПК-3.1	Проектировать композиционно-стилевые модели флористического оформления	
ПК-3.2	Выполнять работы по флористическому оформлению помещений	
ПК-3.3	Выполнять работы по флористическому оформлению объектов на открытом воздухе	
ПК-3.4	Обеспечивать сохранность флористического оформления на заданный срок	
ПК-4.1	Принимать и оформлять заказы на флористические работы	
ПК-4.2	Согласовывать флористические работы со смежными организациями и контролирующими органами	
ПК-4.3	Организовывать работы коллектива исполнителей	
ПК-4.4	Организовывать и осуществлять розничную торговлю флористическими изделиями	
ПК-4.5	Организовывать и осуществлять продажу флористических изделий по образцам (доставку цветов) с помощью информационно-коммуникационных технологий	
Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)		
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном	

	самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций;	
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях;	
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности;	
ЛР 13	Способный к социализации в условиях гражданского общества, уважающих права и свободы личности, использующих возможности правовой системы;	
ЛР 17	Проявляющий готовность соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно-мыслящий.	

Требования к результатам освоения дисциплины:

уметь:

У1 -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У2 - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

У3 -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

знать:

31 - основные положения экономической теории;

32 -принципы рыночной экономики;

33 - современное состояние и перспективы развития отрасли;

34 - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

35 - механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

36 - механизмы формирования заработной платы;

37 - формы оплаты труда;

38 - стили управления, виды коммуникации;

39 - принципы делового и управленческого общения;

310 - управленческий цикл;

311 - особенности менеджмента в области флористики;

312 - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики;

313 -формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

314 - основы рекламы во флористике.

В результате освоения учебной дисциплины выпускник должен обладать следующими личностными результатами:

ЛР 2 - Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций;

ЛР 6 - Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях;

ЛР 7 - Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности;

ЛР 13 - Способный к социализации в условиях гражданского общества, уважающих права и свободы личности, использующих возможности правовой системы;

ЛР 17 - Проявляющий готовность соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно-мыслящий.

**Паспорт
Фонда оценочных средств
ППССЗ (СПО) по специальности
43.02.05 Флористика**

Дисциплина: Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

№ п/п	Контролируемые дидактические единицы	Контролируемые компетенции (или их части)	Наименование оценочных средств		
			Тесты, кол-во заданий	Другие оценочные средства	
				вид	кол-во заданий
1	Раздел 1 Основы экономики <i>Тема 1</i> Экономика как система общественного производства	ОК 1-9; ПК 4.4; ПК4.5; У3; 31; 32; ЛР2; ЛР13	70	Опрос	7
2	<i>Тема.2</i> Производственные фонды и издержки производства	ОК 5; ОК 9; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК2.3; ПК 3.1- 3.4; ПК 4.1; У1; 33; 35; ЛР 17	90	Опрос	5
3	<i>Тема.3</i> Трудовые ресурсы предприятий и организация оплаты труда работников	ОК 1-9; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.3; ПК 3.1ПК 4.3; У1; У2; 36; 37; ЛР6;	20	Опрос Контрольная работа Реферат	4 20 6
4	Раздел 2 Основы менеджмента <i>Тема 4</i> Сущность, цели и задачи менеджмента	ОК3; ОК6; ОК8; ПК 4.3 - 4.5; У1; У2; 38; 39; ЛР13; ЛР17	40	Опрос	6
5	<i>Тема 5</i> Сущность и психологические аспекты деятельности менеджера	ОК6; ОК7; ОК8; ПК 4.2; ПК4.3; У2; 38; 39; ЛР6; ЛР13	40	Опрос Реферат	5 9
6	Раздел 3 Основы маркетинга <i>Тема 6</i> Теоретические основы маркетинга	ОК5; ОК6; ОК7; ПК 1.3; ПК2.2; ПК4.1; ПК4.4; ПК4.5; У1; У3 32; 34; 311; 312; ЛР2; ЛР13	35	Опрос	7
7	<i>Тема 7</i> Разработка комплекса маркетинга	ОП5; ОК6 ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.3; ПК 3.1-3.4; ПК 4.1-4.4.5; ЛР 13; ЛР 17; У1; У3; 32; 35; 313; 314	20	Опрос Контрольная работа Реферат	4 20 12
Всего:			315		105

Методика проведения контроля по проверке базовых знаний по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Раздел I Основы экономики

Тема 1.1 «Экономика как система общественного производства»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК 1-9; ПК 4.4; ПК4.5; У3; 31; 32; ЛР2; ЛР13.

Вопросы для опроса:

1. Основные понятия экономики: предмет, методы, функции, структура.
2. Производство как процесс создания полезного продукта в экономике.
3. Спрос, предложение, цена, их сущность и взаимосвязь.
4. Конкуренция и модели рынков.
5. Собственность как основа экономической системы.
6. Виды и характерные особенности экономических систем.
7. Принципы рыночной экономики.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

Экономика изучает:

что производить

как производить

для кого производить

+ проблемы рационального использования ограниченных ресурсов

Важнейшие экономические ресурсы:

деньги, недвижимость, вклады в банках

+ труд, земля, капитал, предпринимательство

капитал, запасы, интеллектуальные ресурсы

объекты общественного производства

Главная проблема экономики, это:

формирование прибыли хозяйствующих субъектов

эффективное налогообложение

+ проблема выбора экономического поведения

непрерывная инфляция

Кривая производственных возможностей сдвинется вправо и вверх, если в экономике ...

+ увеличится количество используемых производственных ресурсов;

уменьшится добыча природных ископаемых;

уменьшится количество используемых производственных ресурсов;

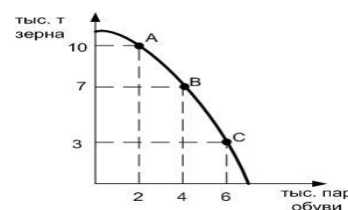
увеличится импорт товаров и услуг

На рисунке показана кривая производственных возможностей.

Выпуклость этой кривой объясняется законом

экономии времени;

- + возрастающих альтернативных издержек;
- убывающей предельной производительности;
- спроса и предложения

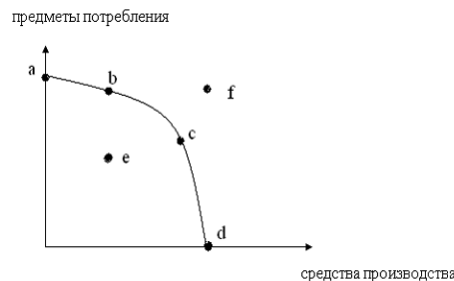


Положение точки «е» на графике означает...

полное использование ограниченных ресурсов;
наиболее эффективное распределение ресурсов
между производством средств производства и
предметов потребления;

несоответствие экономических целей
имеющимся возможностям;

- + неэффективное использование имеющихся
ресурсов



Выберите наиболее точное определение

Экономика – это:

наука, изучающая домашнее хозяйство;

- + наука о выборе общества в условиях ограниченных ресурсов для удовлетворения
потребностей людей;

наука, изучающая экономические показатели деятельности предприятия;

наука, изучающая условия для получения максимальной прибыли.

Система производственных отношений включает:

- + производство, распределение, обмен, потребление;
- производство, кредит, налоги;
- производство, потребление, налоги, цены;
- производство, потребление, субсидии, льготы

Ограниченность экономических ресурсов означает, что:

запасы нефти, газа и других полезных ископаемых ограничены;

дефицит ресурсов в экономике страны и отдельной фирмы

- + каждая экономическая система располагает строго ограниченным количеством
ресурсов (материальных, людских и т.п.);

невозможность возобновления природных ресурсов

При любой цене на свободном рынке объем продаж:

определяется правительством;

равен сумме объемов спроса и предложения;

равен разнице между объемами спроса и предложения;

- + равен меньшему из двух (спроса и предложения).

Одновременное равномерное падение спроса и предложения всегда приведет к:

росту цены равновесия;

- + снижению объема равновесия;

росту объема равновесия;

к росту как равновесной цены, так и равновесного объема.

Товар можно отнести к недоброкачественным, если:

- + эластичность его спроса по доходу равна -0,5;

эластичность его спроса по цене равна 1;

его перекрестная эластичность по другому товару равна 0,7;

его перекрестная эластичность по другому товару равна 0.

**Если цена на товар выросла на 1%, а объем его предложения при этом возрос более
чем на 1%, то предложение данного товара:**

абсолютно эластично;

абсолютно неэластично;

+ эластично;
неэластично.

Товар относится к нормальным, если его коэффициент эластичности спроса по доходу:

меньше нуля;
+больше нуля;
равен нулю;
равен -0,5.

Если цена товара выросла на 1%, а объем спроса сократился на 16%, то спрос на данный товар:

+эластичный;
неэластичный;
единичной эластичности;
нулевой эластичности.

Ценовая эластичность спроса измеряется как:

разность между объемом спроса и объемом предложения;
разность между объемом предложения и объемом спроса;
отношение объема спроса к его цене;
+отношение процентного изменения величины спроса к процентному изменению его цены.

Товар можно отнести к предметам роскоши, если его эластичность спроса по доходу:

меньше 1;
меньше 0;
равна 0;
+ больше 1.

Абсолютно (совершенно) эластичный спрос это:

когда потребители покупают одно и то же количество товара при любых уровнях цен (товары первой необходимости);
когда объем спроса больше объема предложения товара;
+когда потребители платят одну и ту же цену за товар, невзирая на величину спроса (товары роскоши);
когда объем предложения выше спроса на товар.

В случае, если, несмотря на изменение цены товара, общая выручка не изменяется, коэффициент ценовой эластичности спроса:

больше 1;
меньше 1;
+равен 1;
равен 0.

Если при той же рыночной цене фирма намерена сократить выпуск продукции по сравнению с прошлым годом (неценовой фактор), то можно сделать вывод о том, что:

кривая спроса сдвинулась влево;
кривая предложения сдвинулась вправо,
кривая спроса сдвинулась вправо;
+кривая предложения сдвинулась влево.

Предложение товара совершенно неэластично. Если на этот товар равновесная цена вырастет, то:

равновесный объем вырастет;
равновесный объем уменьшится;
равновесный объем приравняется к нулю;
+ равновесный объем не изменится.

Если поголовье крупного рогатого скота в регионе резко сократилось, но это никак не повлияло на производство свинины, то на рынке:

нарушится закон спроса;
нарушится закон предложения;
+ спрос на свинину возрастет;
предложение свинины существенно возрастет.

Коэффициент перекрёстной эластичности спроса:

всегда положителен;
всегда отрицателен;
всегда равен 0;
+может быть любым.

Если два товара являются субститутами (товары заменители), то рост цены на один из них вызовет:

падение спроса на второй товар;
+рост спроса на второй товар;
падение предложения на первый товар;
падение предложения на второй товар.

Закон предложения фиксирует зависимость:

предложение товара от ресурсов на его производство;
предложение от выручки продаж товара;
предложение от спроса;
+ предложение от цены товара.

Одновременный равномерный рост спроса и предложения всегда приведёт к:

снижению цены равновесия;
фиксации цены равновесия;
снижению объёма равновесия;
+росту объёма равновесия.

Рыночное равновесие – ситуация на рынке, когда:

+спрос на товар равен его предложению;
спрос и предложение эластичны;
спрос на товар выше его предложения;
эластичность предложения и спроса по цене одинакова.

Если рыночная цена ниже равновесной, то:

формируется рынок покупателя;
+возникает дефицит товаров;
появляются избытки товаров;
падает цена ресурсов.

Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены:

на рынке ресурсов;
на товарном рынке;
+на любом рынке;
на валютном рынке.

Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны, проявляется:

в падении объёма спроса;
+в росте объёма предложения;
в снижении объёма предложения;
в росте объёма спроса.

Рост цен на материалы (ресурсы), необходимые для производства товара X, вызовет сдвиг кривой:

+предложения вверх (или влево);
спроса вверх (или вправо);
предложения вниз (или вправо);

спроса и кривой предложения вниз.

Если на рынке оперирует много производителей и много покупателей, то это:

монополистическая конкуренция;

ограниченная монополия;

олигополия;

+ совершенная (чистая) конкуренция.

На современном этапе к условиям действия рынка можно отнести:

регулирование не цен, а спроса и предложения;

обострение конкуренции не за счёт снижения издержек, а за счёт роста качества, технического уровня, улучшения обслуживания и т.п.;

усиление конкурентоспособности мелких и средних предприятий;

+ все ответы верны.

Если в рыночной модели товар однороден, продавцы и покупатели не могут повлиять на цену товара, то это:

монополистическая конкуренция;

олигополия;

+ совершенная конкуренция;

несовершенная конкуренция.

К условиям действия рынка не относится:

самостоятельность экономических субъектов;

экономическая ответственность за использование ресурсов;

право контрагентов самим устанавливать цены на продукцию;

+ относится всё вышеперечисленное.

В зависимости от предмета обмена выделяются:

типы рынков;

парадигма рынка;

модели рынка;

+ виды рынка.

Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

выпускаются дифференцированные товары;

+ на рынке оперирует множество покупателей и продавцов;

каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свою продукцию;

выпускаются однородные товары;

рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции её конкурентов.

Если на рынке оперируют много производителей и один потребитель, то это:

чистая конкуренция;

+ чистая монополия;

олигополия спроса;

олигополия предложения.

Если контрагентами на рынке являются несколько производителей и много потребителей, то это:

двусторонняя монополия;

олигополия спроса;

+ олигополия предложения;

ограниченная монополия.

Классификация рынков по степени насыщенности не включает в себя рынок:

дефицитный;

+ насыщенный;

избыточный;

равновесный.

К недостаткам рынка не относится:

отсутствие гарантии права на труд, на доход, на отдых;

отсутствие обеспечения сохранения невозпроизводимых ресурсов (газ, нефть, руда и т.д.);
отсутствие способствования созданию социальной инфраструктуры (детские сады, социально-культурные объекты);
+ способствование удовлетворению разнообразных потребностей общества.

Какого вида конкуренции нет:

совершенная;
несовершенная;
монополистическая;
+равновесная.

В условиях монополистической конкуренции нет такой ее формы как:

научно-техническое соперничество;
промышленно-производственное соперничество;
торговое соперничество;
+долевое соперничество.

Собственность, это:

имущество, которым владеет человек;
+имущественные отношения между людьми;
имущественные права владельца;
использование имущества с целью получения прибыли.

Юридические отношения собственности – это:

+право владения, распоряжения и использования имущества;
право на имущество, находящееся в частной собственности;
право получения дохода от собственности;
право распоряжаться имуществом по своему усмотрению.

Частная собственность предполагает, что исключительные права на ограниченные ресурсы принадлежат...

правительству;
всем желающим;
+отдельным индивидам;
группе людей.

Экономическая система, в которой сосуществуют и государственный, и частный секторы, это:

рыночная экономика
административно-командная экономика
+смешанная экономика
традиционная экономика

Натуральное хозяйство – это:

организация производства натуральных продуктов для людей;
организация производства, при которой не применяются машины и приспособления, а используется ручной труд;
хозяйство, в котором продукты производятся для продажи;
+ хозяйство, в котором производят все необходимое для собственных нужд и практически нет товарного обмена.

Товарное хозяйство – это:

хозяйство, в котором применяются совершенные машины и оборудование;
хозяйство с большим объемом производимых продуктов;
+организация производства товаров и услуг для продажи;
организация производства высококачественных товаров для внутренних нужд хозяйства.

Укажите, в чем отличие натурального хозяйства от товарного:

в натуральном хозяйстве производятся только продукты, существующие в природе;
продукты, произведенные в товарном хозяйстве, предназначены для обмена на рынке;
продукты, произведенные в товарном хозяйстве, имеют более высокое качество;

+ в натуральном хозяйстве в единицу времени изготавливается меньше продуктов, чем в товарном.

Укажите, какие особенности (черты) характеризуют товарное производство:

замкнутость экономической системы (автаркия);

+высокая специализация труда;

универсальный труд;

прямые экономические связи.

Укажите, какие особенности характеризуют натуральное хозяйство:

+ универсальный труд;

специализированный труд;

открытость экономической системы;

связь производителя и потребителя посредством обмена;

Основным признаком командной экономики является:

+ государственный план производства товаров и услуг;

экономическая независимость производителей;

наличие разных форм собственности на средства производства;

формирование цены товара под влиянием экономических законов

И для рыночной, и для товарной экономики характерно:

контроль государства над ценообразованием;

+наличие конкурентной борьбы;

существование товарного дефицита;

государственное планирование

Совершенная конкуренция – это тип рыночной структуры, когда:

максимизируется прибыль;

рынок находится в состоянии равновесия;

+ продавцы и покупатели приспосабливаются к равновесному состоянию рынка;

экономическая прибыль равна бухгалтерской прибыли.

Монополистическая ценовая дискриминация – это когда:

цена на рынке устанавливается ниже равновесной;

+монополист устанавливает различные цены разным покупателям на один и тот же товар с целью увеличения общей прибыли;

цена не удовлетворяет ни продавцов, ни покупателей;

монополист устанавливает одну цену разным покупателям.

Если картель полностью контролирует объём выпуска, то он будет вести себя как:

+ монополия;

совершенный конкурент;

ценовой лидер;

фирма прайс-тейкер.

При ценовой дискриминации фирма-монополист установит более низкую цену на том рынке, где:

спрос менее эластичен;

единичный спрос;

нулевой спрос;

+спрос более эластичен.

Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции:

стали;

услуг парикмахерских;

тракторов;

+акций и облигаций фирм.

Конкурентная фирма сталкивается на рынке только с конкуренцией:

+ценовой:

функциональной;
неценовой;
межотраслевой.

В группу условий совершенной конкуренции не входит условие:

существует много продавцов и покупателей данного товара и каждый из них поставляет или покупает лишь малую долю всего объема товара;
все покупатели анонимны с точки зрения продавца;
отсутствуют входные барьеры в отрасль;
+ информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей недоступна.

Для олигополии, как рыночной модели, нехарактерно:

образование картелей;
лидерство в ценах;
+ существование фирм прайс-тейкеров;
ломаная кривая спроса.

Чем более неэластичен спрос на продукцию монополиста, тем:

меньше величина прибыли;
быстрее величина прибыли минимизируется;
+ больше величина прибыли;
меньше его монопольная власть.

Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует:

расширению производства в действующих фирмах;
притоку в отрасль новых фирм;
+ повышению рыночной цены конкурирующего товара;
повышению цен на используемые ресурсы.

Дуополия – это рыночная структура, при которой:

несколько фирм занимают доминирующее положение на рынке;
+ два продавца являются единственными производителями однородного товара, не имеющего близких заменителей;
лидируют фирмы с существенно более низкими издержками;
фирмы действуют в условиях высокой неопределенности.

В отличие от конкурентной фирмы монополист:

не может назначить любую цену на свой продукт;
может минимизировать издержки при равенстве предельного дохода и предельных издержек;
не может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене;
+ может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает ему максимум прибыли.

Олигополия, это:

фирма монополия;
конкурирующая фирма;
фирма банкрот;
+ одна из моделей рынка, объединяющая несколько крупных фирм, имеющих наибольший вес суммарного оборота и множество мелких фирм, производящих однородную продукцию.

Монопольная власть снижается, когда:

+ увеличивается число фирм и растет конкуренция;
спрос неэластичен;
фирмы сотрудничают между собой;
монополия владеет редким природным ресурсом.

Ценовая дискриминация – это:

+ продажа одного и того же товара по разной цене;
продажа по одной цене разных товаров;

продажа товаров по максимальной цене;

покупка товара по минимальной цене;

В условиях совершенной конкуренции фирма, стремящаяся получить экономическую прибыль, не будет производить товар, если:

производство товара затратно;

спрос на товар не постоянный;

на рынке большое количество конкурентов;

+цена не будет обеспечивать нормальную прибыль.

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	70

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Тема 2 «Производственные фонды и издержки производства»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК 5; ОК 9; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК2.3; ПК 3.1- 3.4; ПК 4.1; У1; З3; З5; ЛР17.

Вопросы для опроса:

1. Производственные фонды предприятий.

2. Издержки производства и реализации, себестоимость продукции. 3.Ценообразование.

4. Доходы и прибыль предприятия.

5. Виды рентабельности предприятия

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Практическое занятие №1

Тема: Производственные ресурсы предприятия

(время проведения занятия – 5 часов)

Цель занятия:

Ознакомиться с методикой определения состава и структуры основных и оборотных средств и показателей их эффективности

Инструкция по выполнению:

1. Определить состав и структуру основных и оборотных средств

2. Изучить: методику расчета показателей, характеризующих эффективность

использования основных и оборотных средств.

.В таблице 1 представлена стоимость основных средств предприятия, занимающегося изготовлением флористических изделий. Необходимо определить среднегодовую стоимость основных средств и рассчитать структуру основных средств и дать оценку с точки зрения доли их активной и пассивной части.

Таблица 1 - Состав и структура основных средств

Виды основных средств	Среднегодовая стоимость, тыс.руб.	Структура, %
Здания	6000	
Передаточные устройства	600	
Оборудование	500	
Инвентарь	100	
Транспортные средства	560	
Итого		100

Выводы _____

В таблице 2 представлена стоимость основных средств предприятия, занимающегося изготовлением флористических изделий. Необходимо определить среднегодовую стоимость оборотных средств, рассчитать структуру оборотных средств и дать оценку величины фондов обращения, нормируемых оборотных средств, производственных запасов.

Таблица 2 - Состав и структура оборотных средств

Виды основных средств	Среднегодовая стоимость, тыс. руб.	Структура, %
Сырье и основные материалы	250	
Годовая продукция на складе	500	
Вспомогательные материалы	30	
Тара и упаковочные материалы	50	
Быстроизнашивающийся инвентарь	20	
Денежные средства	1700	
Итого		100

Выводы _____

Задача 1.

На начало года стоимость основных производственных фондов предприятия составила 7760 тыс.руб. В течение года осуществлялся ввод основных производственных фондов на сумму 600 тыс. руб. и вывод основных фондов на сумму – 200 тыс. руб. Объем производства товарной продукции за год составил – 9896 тыс.руб. Среднегодовая

численность производственных рабочих -12 человек.

Определите:

- стоимость основных средств на конец года;
- среднегодовую стоимость основных производственных фондов;
- коэффициент выбытия;
- коэффициент обновления;
- коэффициент прироста;
- фондоотдачу основных производственных фондов;
- фондоемкость основных производственных фондов;
- фондовооруженность труда

Методика расчета:

1. **Стоимость основных фондов на конец года** определяется следующим образом: стоимость основных производственных фондов на начало года + стоимость введенных основных фондов – стоимость выбывших основных фондов;
2. **Среднегодовая стоимость основных производственных фондов** определяется следующим образом: стоимость основных фондов на начало года + стоимость основных фондов на конец года делённая на 2;
3. **Коэффициент выбытия** определяется делением стоимости выбывших основных средств к их стоимости на начало года.
4. Коэффициент обновления определяется делением стоимости введенных основных фондов к их стоимости на конец года;
5. **Коэффициент прироста** определяется как разность основных производственных фондов на конец года за минусом основных фондов на начало года и делённым полученного результата на стоимость основных фондов на начало года;
6. **Фондоотдача** определяется делением объема производства товарной продукции к среднегодовой стоимости основных фондов;
7. **Фондоотдача** определяется делением среднегодовой стоимости основных фондов к объему производства товарной продукции;
8. **Фондовооруженность труда** определяется делением среднегодовой стоимости основных производственных фондов к среднегодовой численности работников предприятия. В следующем году предприятие планирует сократить длительность одного оборота на 7 дней.

Задача 2

Денежная выручка от продажи флористических изделий в предприятии за год составила 15 млн руб. средний остаток оборотных средств 1 млн.руб. В следующем году предприятие планирует сократить длительность одного оборота на 7 дней

Определить:

- коэффициент оборачиваемости в отчетном и плановом году;
- длительность оборота в отчетном и плановом году;
- потребность в оборотных средствах в плановом году;
- стоимость высвобожденных оборотных средств в плановом году

Методические рекомендации:

1. **Коэффициент оборачиваемости** определяется делением денежной выручки от продажи изделий к среднему остатку оборотных средств;
2. **Длительность одного оборота** определяется делением числа календарных дней в году-365 к коэффициенту оборачиваемости;
3. **Потребность в оборотных средствах** в плановом году определяется делением денежной выручки от продажи изделий к длительности одного оборота в плановом году;
4. **Стоимость высвобожденных оборотных средств** в плановом году определяется как разность денежной выручки от продажи изделий и потребности в оборотных средствах в плановом году.

В конце занятия преподаватель проверяет правильность решения заданий по практическому занятию по данной теме.

Критерии оценки:

5 баллов - выставляется студенту, если он способен на основе типовых методик правильно выполнить расчетное задание и делать обоснованные выводы по расчетам;

4 балла - выставляется студенту, если в методике расчета показателей и написании выводов имеются незначительные ошибки;

3 балла - выставляется студенту, если расчетное задание и выводы выполнены не в полном объеме и допущены ошибки в методике расчета показателей и написании выводов.

ниже 3 баллов оценка не выставляется

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

Основные средства это

производственный капитал, используемый в ходе одного производственного цикла

+ часть производственного капитала, использующая в течение длительного времени

авансированный капитал, используемый в производственном цикле
технические средства предприятия

В зависимости от роли в процессе создания продукта основные средства подразделяются на

+ активные

обслуживающие

авансированные

приобретенные

К основным средствам относятся:

+ транспортные средства

минеральные удобрения

электроэнергия

запасные части

К пассивным основным средствам относят:

+ здания и сооружения

крупный рогатый скот

передаточные устройства

многолетние насаждения

Стоимость приобретенных основных средств с учетом стоимости доставки, монтажа и пусконаладочных работ представляет:

+ первоначальную стоимость основных средств

остаточную стоимость основных средств

восстановительную стоимость основных средств

ликвидационную стоимость основных средств

Основные средства участвуют в производственном процессе:

один раз

+ многократно

два раза

в зависимости от применения

Основные средства оценивают:

+ в натуральной и стоимостной форме

в стоимостной форме

в натуральной форме

в относительной форме

Какие бывают виды структуры основных средств

пассивная
+ возрастная
технологическая
смешанная

По какой стоимости оценивают основные средства

+ликвидационной
сопоставимой
биржевой
коммерческой

Износ основных средств это

+частичная или полная утрата основными средствами потребительских свойств и стоимости

стоимость переоценка основных средств
стоимость, поступивших основных средств
стоимость приобретенных основных средств

Износ основных средств бывает

+моральный
производственный
технологический
сезонный

Какие есть методы начисления амортизация

+линейный
цифровой
усложненный
простой

Первоначальная стоимость полная основных фондов — это

+фактическая стоимость основных фондов на момент их приобретения и взятия на баланс.
стоимость основных фондов после их переоценки.
рыночная стоимость основных фондов на момент оценки.
начальная стоимость основных фондов, выбывающих из эксплуатации.

Амортизация это

+процесс постепенного перенесения стоимости основных фондов по мере их износа на стоимость готовой продукции
способ списания стоимости основных средств
способ уменьшающего остатка основных средств
процесс начисления процентных ставок

Источниками формирования оборотных средств являются

+привлеченные средства
заложенное имущество
выбывшие средства
готовая продукция

Продолжительность одного оборота показывает

+за какой срок предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции
окупаемость затрат
удельный вес оборотных средств в денежной выручке
количество произведенной продукции

Материалоемкость определяется как

отношение валовой продукции к производственным затратам
+отношение материальных затрат к валовой продукции
отношение прибыли к основным средствам

отношение денежной выручки к оборотным средствам

К производственным оборотным фондам относятся:

+ производственные запасы

хозяйственный инвентарь

денежные средства в кассе

машины и оборудование

По сферам товарооборота оборотные средства подразделяют на:

собственные средства

нормируемые средства

+средства, находящиеся в производстве и в сфере обращения

собственные и заемные

Фонды обращения – это

+средства, обслуживающие процесс реализации продукции

производственные фонды

авансированный капитал

нормируемые фонды

По сферам товарооборота оборотные средства подразделяют на:

собственные и находящиеся в сфере обращения

нормируемые и находящиеся в производстве

+средства, находящиеся в производстве и в сфере обращения

собственные и заемные

Производственные оборотные средства это

+средства, которые целиком потребляются в процессе одного производственного цикла

средства, которые потребляются в течение длительного времени

средства в запасе

средства выбывшие

Незавершенное производство это

+оборотные фонды, которые находятся на стадии производства

предметы, которые не вступили в процесс производства

продукция, предназначенная для переработки

оборотные фонды на стадии обращения

Какие затраты включают в себя «расходы будущих периодов»

затраты на семена

+затраты на строительство и реконструкцию

затраты на энергоносители

затраты на производственные ресурсы

Сколько стадий кругооборота проходят оборотные средства

две

+три

пять

шесть

Основным критерием деления производственных средств на основные и оборотные является

срок полезного использования

+способ перенесения стоимости на готовый продукт

функциональное назначение

процесс производства продукции

Под структурой оборотных средств понимают

процентное соотношение между статьями

+процентное соотношение между элементами

процентное соотношение между средствами производства

процентное соотношение между средствами труда

Выберите один правильный вариант

Какие бывают источники формирования оборотных средств

арендуемые

+привлеченные

залоговые

кредитные

К фондам обращения принадлежат

полуфабрикаты.

запасы сырья и материалов.

расходы будущих периодов.

+готовая к реализации продукция и денежные средства предприятия.

По каким признакам классифицируются оборотные средства

по сферам деятельности

по принадлежности к капиталу

+по источнику формирования

по денежным поступлениям

Общие издержки производства это

+затраты, необходимые для производства продукции

затраты на реализацию продукции

затраты на покупку сырья

затраты на оплату труда

Переменные издержки зависят от

+объема производства

структуры затрат

конечного результата

денежных поступлений

Себестоимость это

+экономическая категория, выраженная в денежной форме

экономическая категория, выраженная в натуральной форме

затраты труда на производство единицы продукции

экономическая категория, выраженная в процентном отношении

Структура себестоимости с.-х. продукции это

процентное соотношение элементов производственных затрат

+процентное соотношение статей производственных затрат

процентное соотношение затрат труда

процентное соотношение себестоимости в цене

Полная себестоимость продукции включает затраты

+на производство и сбыт продукции

на производство и транспортировку продукции

на организацию производством

на управление производством

Полная себестоимость отличается от производственной себестоимости на величину:

затрат, связанных с общехозяйственными расходами

затрат, связанных с цеховыми расходами

+затрат, связанных с реализацией продукции

затрат, связанных с прочими расходами

Плановая себестоимость исчисляется на основании

+нормативных показателей с учетом фактической себестоимости

фактических затрат на производство продукции

затрат, рассчитанных на перспективу

текущих затрат

Себестоимость рассчитывается по итогам работы предприятия на 1 октября каждого

года:

плановая
отчетная
+провизорная
фактическая

Назначение классификации затрат на производство по экономическим элементам затрат

расчет себестоимости продукции
+основание для составления сметы затрат на производство
исчисления затрат на материалы
определение затрат на заработную плату

Назначение классификации по калькуляционным статьям расходов

определение цены продукции
исчисление прямых и косвенных расходов
+расчет себестоимости единицы конкретного вида продукции
исчисление затрат на сырье и материалы

Согласно закону убывающей доходности надо стремиться к:

максимальной продуктивности
+ максимальной прибыли
максимальной выручке
максимальным затратам

По способу отнесения на себестоимость продукции затраты подразделяются на

производственные и непроизводственные
+прямые и косвенные
переменные и постоянные
текущие и единовременные

Какие затраты относятся к постоянным издержкам

затраты на электроэнергию
+затраты на содержание аппарата управления
затраты на оплату труда производственного персонала
затраты на сырье и материалы

Предельные издержки это

+дополнительные затраты на производство дополнительной единицы продукции
затраты, зависящие от объема производства
затраты не зависящие от объема производства
явные издержки на производство продукции

По составу затраты делятся на

смешанные
+простые
сложные
общие

По характеру участия в производственном процессе затраты делятся на

+основные
вспомогательные
условно постоянные
переменные

Неявные издержки это

издержки, принимающие форму денежных платежей
+издержки упущенных возможностей
издержки производственных ресурсов
издержки на приобретение материалов

Выберите один правильный вариант

Альтернативные издержки рассматриваются как

постоянные

переменные

+явные

средние

Цена это

денежное выражение стоимости товара

форма выражения ценности, полезности благ

+количество денег, уплачиваемое за единицу товара

все затраты, связанные с реализацией продукции

Какой механизм образования цен применяются в рыночной экономике

+комбинированный

смешанные

затратный

единичный

Цена товара это

+сумма денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенных потребительских качеств

сумма денег, за которые продавец готов продать товар

стоимость затрат на изготовление товара

прибыль

Структура цены это

+ составные элементы цены, выраженные в процентах

доля себестоимости в цене

удельный вес товарной надбавки в цене

доля прибыли в цене

Оптовая цена производителя включает следующие элементы

+полная себестоимость + прибыль

полная себестоимость + прибыль + НДС

полная себестоимость + прибыль + торговая надбавка

производственная себестоимость + прибыль

В чем главное отличие понятий «оптовые» и «розничные» цены

категории покупателя, для которого организована продажа

в рынках сбыта продукции

+ в размере партии продажи товара

в спросе и предложении

Какое определение следует употреблять в качестве понятия «контрактная цена»

цена фактической сделки

+договорная цена

цена равновесия

сопоставимая цена

Скользкая цена это

цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения

цена, учитывающая рост инфляции

+ цена, учитывающая изменение издержек производства

цена, учитывающая рост прибыли

Выберите один правильный вариант

Регулируемые цены могут быть

+фиксированные

оптовые

твердые

розничные

Одежда продается населению

по биржевой цене

по трансфертной цене

+по розничной цене

твердой цене

К методам затратного ценообразования относятся

метод удельного ценообразования

балловый метод

+калькулирование по полным затратам

параметрический метод

Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике

наиболее точный расчет рыночной цены

справедливость по отношению к участникам

+доступность информации об издержках

учитывает спрос и предложение

Методы «с ориентацией на потребителя» включают

+метод прямого анкетирования

метод «снятие сливок»

метод «гонка за лидером»

метод полных затрат

К методам параметрического ценообразования относят

+метод удельных показателей

метод по сокращенным затратам

метод целевой прибыли

метод прямых затрат

Методология ценообразования это

+совокупность общих правил, принципов и методов разработки концепции ценообразования

совокупность методов управления

разработка целевых программ

совокупность методов и приемов

Принцип целевой направленности это

необходимость познания и учета ценообразования

+определение приоритетных экономических и социальных проблем,

которые решаются с помощью цен

контроль государственных органов

необходимость контроля за ценами

Учетная функция показывает

отклонение цены от стоимости товара

+сколько затрачено труда, сырья, материалов на изготовление товара

равновесие между спросом и предложением

равновесие между ценой и спросом

Выберите один правильный вариант

Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет

функцию перелива капитала

информационную функцию

+функцию сбалансированности спроса и предложения

функцию государственной поддержки

Распределительная функция осуществляет

+распределение и перераспределение национального дохода между отраслями экономики и различными фондами
распределение совокупного дохода
распределение доходов между населением
распределение основного капитала

Функция цены как «критерия рационального размещения производства» проявляется

+ с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли
с помощью рационального использования дефицитных ресурсов
с помощью привлечения инвестиционного капитала
с помощью привлечения государственных органов

Принцип целевой направленности это

необходимость познания и учета ценообразования
+определение приоритетных экономических и социальных проблем, которые решаются с помощью цен
контроль государственных органов
необходимость контроля за ценами

Выберите один правильный вариант

Учетная функция показывает

отклонение цены от стоимости товара
+сколько затрачено труда, сырья, материалов на изготовление товара
равновесие между спросом и предложением
равновесие между ценой и спросом

Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет

функцию перелива капитала
информационную функцию
+функцию сбалансированности спроса и предложения
функцию государственной поддержки

Распределительная функция осуществляет

+распределение и перераспределение национального дохода между отраслями экономики и различными фондами
распределение совокупного дохода
распределение доходов между населением
распределение основного капитала

Метод калькулирование по полным затратам

не учитывает постоянные затраты
не учитывает переменные затраты
+определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат
учитывает только постоянные затраты

Недостатки методов затратного ценообразования

сложность сбора информации
недостоверность исходных данных
+игнорирование информации о поведении конкурентов
недостоверность расчетных данных

Метод калькулирования по сокращенным затратам

учитывает мнение экспертов
+учитывает только переменные издержки
учитывает переменные и постоянные издержки
учитывает мнение покупателей

Метод установления цены «лидера» означает

+определение цены, исходя из уровня цен предприятия «лидера»

определение цены на установленном уровне в течение длительного времени
установление цены на основе качества товара
устанавливает цены на основе спроса

Метод регрессивного анализа применяется

+для определения цены спроса
для определения постоянных издержек
для определения равновесной цены
для определения скользящей цены

Балловый метод это

метод с ориентации на конкурентов
метод ориентации на потребителя
+метод, основанный на присвоении определенного числа баллов каждому параметру изделия

метод ориентации на конкурента

Доходами организации признается

+увеличение экономических выгод в результате поступления активов и погашения обязательств
поступление материальных ресурсов
обновление технической базы
погашение кредитов

К операционным доходам относят

перепродажа товаров
изготовление продукции
+участие в уставном капитале других организаций
оказание услуг

Расходы организации приводят к

увеличению прибыли
+уменьшению экономических выгод
уменьшению уставных вкладов
увеличению экономических выгоды

На какие группы в налоговом учете делятся доходы

доходы от ценных бумаг
доходы от долевого участия
доходы физических лиц

Прибыль это

+конечный результат организации, выраженный в денежной форме
результат от применения основных средств
результат от использования оборотных средств
результат от погашения денежных средств

Прибыль от реализации продукции определяется:

+как разность между денежной выручкой и полной себестоимостью
как разность между выручкой и производственными затратами
как разность между полной себестоимостью и денежной выручкой
как разность между стоимостью продукции и оплатой труда

Какие факторы, зависящие от деятельности организации оказывают влияние на величину прибыли

государственное регулирование цен
правовое регулирование
+технический уровень производства
нестабильная ситуация в стране

Чистая прибыль рассчитывается как

разница между выручкой и производственными затратами

разница между выручкой и полной себестоимостью
разница между валовым доходом и оплатой труда
+разница между балансовой прибылью и суммой налога на прибыль

В какие фонды распределяется чистая прибыль организации

фонд социальной защиты населения

фонд поддержки малого бизнеса

+резервный фонд

страховой фонд

Рентабельность продаж определяется как

+отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализации продукции

отношение чистой прибыли к производственным затратам

отношение денежной выручки к оборотным средствам

отношение балансовой прибыли к основным средствам

Рентабельность продукции рассчитывается как

+отношение прибыли от реализации продукции к полной себестоимости

отношение чистой прибыли к производственным ресурсам

отношение денежной выручки с производственным затратам

отношение балансовой прибыли к совокупным затратам

Рентабельность общая рассчитывается как

+отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных и оборотных средств

отношение чистой прибыли к собственному капиталу

отношение денежной выручки к основному капиталу

отношение чистой прибыли к денежной выручке

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	90

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Тема 3 «Трудовые ресурсы предприятий и организация оплаты труда работников»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК 1-9; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.3; ПК 3.1; ПК 4.3; У1;;У2; 36; 37; ЛР6.

Вопросы для опроса:

1.Трудовые ресурсы предприятия, их характеристика и порядок формирования.

2.Современная политика оплаты труда.

3.Организация оплаты труда на предприятии.

4.Анализ и планирование показателей по труду и заработной плате.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Самостоятельная работа

по теме 3 «Трудовые ресурсы предприятий и организация оплаты труда работников»

Цель: Поиск информации по заданной тематике из различных источников, систематизация полученной информации и представление ее в виде реферата и презентации (6-8 слайдов).

Тематика рефератов:

1. Трудовые ресурсы: кадры, персонал предприятия, их состав
2. Рынок труда в России
3. Управление трудовыми ресурсами
4. Принципы организации оплаты труда на предприятии
5. Формы и системы заработной платы
6. Тарифная и бестарифная система организации оплаты труда на предприятии

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность; сделан краткий обзор различных точек зрения по теме; четко и логично изложена собственная точка зрения; сформулированы выводы; выдержан объем; соблюдены требования к внешнему оформлению; при защите даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

4 балла – выставляются студенту, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты, в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите реферата даны недостаточно полные ответы.

3 балла – выставляются студенту, если имеются существенные отступления к написанию реферата: тема освещена частично, отсутствуют выводы, допущены ошибки в содержании или в ответах при защите реферата.

Ниже 3 баллов – студенту не выставляется.

Практическая работа №2

Тема «Трудовые ресурсы и эффективность их использования»

(время проведения занятия – 4 часа)

Цель занятия: Освоение методики расчета показателей эффективности использования трудовых ресурсов

Инструкция по выполнению:

1. Определить обеспеченность трудовыми ресурсами и их использование;
2. Рассчитать состав и структуру трудовых ресурсов;
3. Рассчитать трудоемкость по культурам на основании данных организаций района и области;
4. Рассчитать показатели производительности труда в натуральном и денежном выражении на основании бухгалтерской отчетности организаций района и области

Задание 1. Определить обеспеченность трудовыми ресурсами и их использование

Методические рекомендации:

Показатели использования трудовых ресурсов рассчитываются следующим образом:

- отработано работником за год часов и дней определяется отношением количества отработанных за год всеми работниками тыс. чел.- дней и тыс. чел. - час. к количеству работников по организации и полученный результат умножается на 1000.;
- коэффициент использования фонда рабочего времени определяется делением количества

дней, отработанных одним работником в год к количеству дней по нормативу.

- занятость работников в течение рабочего дня определяется делением количества отработанных за год часов к количеству отработанных за год дней.

Исходную информацию, согласно бухгалтерской отчетности организаций района и области, занесем в таблицу 1.

Таблица 1 - Исходные данные

Показатели	Организации	
	района	области
Среднегодовая численность работников всего, чел.		
Отработано во всех отраслях хозяйства,		
тыс. чел-дней		
тыс. чел- ч.		

На основании исходных данных рассчитать показатели использования трудовых ресурсов (данные занести в табл.2)

Таблица 2 - Показатели использования трудовых ресурсов

Показатели	Организации	
	района	области
Отработано работником за год		
дней		
часов		
Коэффициент использования годового фонда рабочего времени (норматив 280)		
Занятость работников в течение одного дня, час.		

Выводы: _____

Задание 2. Изучить состав, численность и структуру работников предприятий района (информация представлена в форма 5 АПК)

Методические рекомендации:

Структура работников определяется делением каждой категории работников к общему количеству работников по организации и умноженному на 100.

Рассчитаем состав и структуру работников организаций района и области (табл.3).

Таблица 3 - Состав, численность и структура работников

Категория работников	Организации			
	района		области	
	численность, чел.	%	численность, чел.	%
Всего		100		100
из них занятые в с.-х. производстве				
в том числе постоянные				
из них:				
трактористы-машинисты				
операторы машинного доения, дояры				
скотники крупного рогатого скота				
работники коневодства				
работники свиноводства				
работники овцеводства				
работники птицеводства				
Сезонные и временные				
Служащие				

из них:				
руководители				
специалисты				
Занятые в подсобных предприятиях и промыслах				
Работники ЖКХ и культурно-бытовых учреждений				
Работники торговли и общественного питания				
Работники, занятые на строительстве хозспособом				
Детских учреждений, учебных заведений				
Занятые прочими видами деятельности				

Выводы: _____

Задание 4. Рассчитать трудоемкость по культурам на основании данных организаций района и области.

Методические рекомендации:

1. Прямые затраты труда на 1 га рассчитываются делением прямых затрат труда в разрезе культур на посеянную площадь каждой культуры (исключение составляют : лен-долгунец, многолетние и однолетние травы, сенокосы и пастбища – прямые затраты труда по этим культурам складываются по видам продукции, которые получают от них в процессе производства и уже потом делят на посеянную площадь и умножают на 1000).

3. Прямые затраты труда на 1 ц продукции(трудоемкость) рассчитывается делением прямых затрат труда по видам продукции на валовое производство и полученный результат умножается на 1000.

Информация берется в форме 9 АПК «Отчет о производстве, себестоимости и реализации продукции растениеводства». Расчетную информацию занести в таблицу

Таблица 5 - Прямые затраты труда на 1 га посева и, чел-ч.

Культура, группа животных	Организации		Район к области, %
	района	области.	
Зерновые и зернобобовые			
в том числе			
озимые			
зернобобовые			
Лен-долгунец			
Картофель			
Овощи открытого грунта			
Кормовые корнеплоды			
Многолетние травы			
Однолетние травы			
Сенокосы естественные и пастбища			

Выводы _____

Таблица 6 - Прямые затраты труда на 1 ц продукции (трудоемкость), чел-ч.

Вид продукции	Организации		Отклонение района от области, (+,-),%
	района	области	
Зерно в среднем			
в том числе:			
озимых			
яровых			
зернобобовых			
Лен-долгунец:			
семена			
солома			
треста			
Картофель			
Овощи открытого грунта			
Кормовые корнеплоды			
Многолетние травы:			
сено			
семена			
зеленая масса			
Однолетние травы:			
сено			
зеленая масса			
Сенокосы естественные:			
сено			
зеленая масса			
Сенокосы улучшенные:			
сено			
зеленая масса			

Выводы

Задание 5. Рассчитать показатели производительности труда в натуральном и денежном выражении на основании бухгалтерской отчетности организаций района и области

Методические рекомендации:

1. Производительность труда по отраслям и в целом по с.х. производству рассчитывается делением валовой продукции в денежном выражении на численность работников, занятых в с.х. производстве и на затраты труда сельскохозяйственного производства.
2. Производительность труда в зерновом производстве рассчитывается делением валовой продукции, ц на количество работников, занятых в отрасли растениеводства и на прямые затраты труда в зерновом производстве.

Исходная информация берется в форме 9 АПК «Отчет о производстве, себестоимости и реализации продукции растениеводства» Для расчета численности работников, занятых в отраслях растениеводства и животноводства необходимо воспользоваться методическими указаниями:

Методические указания.

Распределение численности работников, занятых в отрасли растениеводства осуществляется пропорционально затратам труда растениеводства к общей сумме затрат труда с.-х. производства (согласно бухгалтерской отчетности формы 5АПК)

Чтобы определить численность работников растениеводства надо удельный вес затрат труда (ЗТ) растениеводства умножить на численность работников, занятых в с.-х. производстве. Исходные данные занести в таблицу

Таблица 7 - Исходные данные

Показатель	Значение
Работники, занятые в с.-х. производстве- всего, чел. (020)	
Затраты труда в с.-х. производстве, тыс. чел.-ч. (210+ 220+230+240)	
Затраты труда в растениеводстве, тыс. чел.-ч. (210+230)	

На основании исходных данных таблицы 13 рассчитать численность работников занятых в отрасли растениеводства данные занести в таблицу 14.

Таблица 8 - Распределение численности работников, занятых в с.-х. производстве по отраслям растениеводства и животноводства

Показатель	Значение
Удельный вес ЗТ растениеводства в ЗТ - всего по с.-х. производству, %	
Удельный вес ЗТ животноводства в ЗТ — всего по с.-х. производству, %	

Численность работников растениеводства, чел.

На основании проведенных расчетов рассчитаем стоимостные показатели производительности труда (данные занесем в таблицу 9).

Таблица 9 - Стоимостные показатели производительности труда

Показатель	Организации		Район к области, %
	района	области	
Произведено валовой продукции сельского хозяйства			
на 1 среднегодового работника, занятого в с.-х. производстве, тыс. руб.			
в т.ч. растениеводстве			
на 1 чел-ч. всего, руб.			
в т.ч. растениеводстве			

Выводы:

На следующем этапе перейдем к расчету натуральных показателей производительности труда в зерновом и молочном производстве (данные занесем в таблицы 9 и 10).

Таблица 10 - Производительность труда в зерновом производстве

Показатель	Организации		Район к области %
	района	области	
Произведено зерна, ц			
на 1 работника растениеводства			
на 1 чел.-ч.			
Произведено зерна, тыс.руб.			
на 1 работника растениеводства			
на 1 чел.-ч.			

Трудоемкость, 1 ц, чел.-ч.

Урожайность, ц/га

Выводы

В конце занятия преподаватель проверяет правильность решения заданий по практическому занятию по данной теме.

Критерии оценки:

5 баллов - выставляется студенту, если он способен на основе типовых методик правильно выполнить расчетное задание и делать обоснованные выводы по расчетам;

4 балла - выставляется студенту, если в методике расчета показателей и написании выводов имеются незначительные ошибки;

3 балла - выставляется студенту, если расчетное задание и выводы выполнены не в полном объеме и допущены ошибки в методике расчета показателей и написании выводов.

ниже 3 баллов оценка не выставляется

Контрольная работа по теме «Трудовые ресурсы предприятий и организация оплаты труда работников»

1 вариант

1.Труд это

деятельность человека, направленная на снижение трудоемкости

деятельность человека, направленная на повышение оплаты труда

+целесообразная деятельность человека, в процессе которой создаются материальные и духовные ценности

Деятельность человека, направленная на улучшение условий труда

2.Экономически активное население это

граждане иностранных государств

+граждане потенциально способные участвовать в производстве материальных ценностей и оказании услуг

граждане, которые ищут работу

граждане уволенные по собственному желанию

3.Безработные это

граждане, не имеющие места жительства

+трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированные в службе занятости

нетрудоспособные граждане

пенсионеры

4.Фонд оплаты труда это

поощрительные выплаты

+ источник средств, для выплаты работникам заработной платы

выплаты социального характера

оплата наемных работников

5.Тарифная сетка это

размер заработной платы за единицу времени

+соотношение тарифных ставок по разрядам

оплата труда по отраслям

единовременная оплата труда

6.Какие бывают формы оплаты труда

+сдельная

прямая
косвенная
смешанная

7. Коэффициент постоянства кадров в организации, это:

число лиц списочного состава, вышедших на работу в данный день (включая находящиеся в командировках)

+ отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на конец года

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период в организации

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на начало года

8. Трудоемкость производства, это:

экономическая категория, характеризующая количество материальных затрат в единицу рабочего времени

+ экономическая категория, характеризующая затраты труда на производство единицы продукции

экономическая категория, характеризующая способность конкретного труда производить определенное количество продукции за определенный период, обычно за год

экономическая категория, характеризующая количество производственных затрат на производство единицы продукции

9. Производительность труда это

отношение валовой продукции к товарной.

+ способность конкретного труда производить определенное количество продукции в единицу рабочего времени.

отношение прибыли к себестоимости продукции.

отношение стоимости валовой продукции к фонду оплаты труда.

10. Номинальная заработная плата — это:

+ денежная сумма, которую получает работник за выполненную работу.

денежный эквивалент материальных благ, приобретенных за величину зарплаты.

минимальный размер зарплаты, который установлен на предприятии в определенный период.

законодательно зафиксированные тарифные расценки и тарифные ставки.

2 вариант

1. Интенсивность труда это

+ затраты физической, психической и умственной энергии на единицу времени

трудоемкость производства

затраты живого труда

затраты овеществленного труда

2. Уровень безработицы рассчитывается как

+ отношение количества безработных к трудовым ресурсам

отношение безработных к количеству экономически активного населения

отношение безработных к количеству постоянных работников

отношение безработных к списочному количеству работников

3. Структура трудовых ресурсов это

+ удельный вес различных категорий работников в их общей численности

число постоянных работников в общей численности работников

число наемных работников в общей численности работников

число прочих работников в численности постоянных работников

4. Совокупный труд это

совокупность нового труда

совокупность прошлого труда

+ совокупность прошлого и нового труда

совокупность затрат ручного труда

5. В состав трудоспособного населения включаются женщины в возрасте:

от 18 до 56 лет

+от 16 до 55 лет

от 16 до 60 лет

от 18 до 55 лет

6. Категории «Персонал организации» и «Трудовые ресурсы», это:

совершенно одинаковые понятия

совершенно разные понятия

+ персонал организации входит в состав трудовых ресурсов

трудовые ресурсы входят в состав персонала организации

Выберите один правильный вариант

7. Персонал предприятия это

постоянный состав работников

+ состав постоянных и временных работников, работающих по договору найма

временный состав работников

наемные работники

8. Какие бывают формы оплаты труда

+ сдельная

прямая

косвенная

смешанная

9. Структура персонала по стажу работы относится к показателям:

наличия трудовых ресурсов

движение трудовых ресурсов

+ состояния трудовых ресурсов

наличия и движения трудовых ресурсов

10. Коэффициент постоянства кадров в организации, это:

число лиц списочного состава, вышедших на работу в данный день (включая находящихся в командировках)

+ отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на конец года

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период в организации

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на начало года

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

Труд это

деятельность человека, направленная на снижение трудоемкости

деятельность человека, направленная на повышение оплаты труда

+ целесообразная деятельность человека, в процессе которой создаются материальные и духовные ценности

Деятельность человека, направленная на улучшение условий труда

Экономически активное население это

граждане иностранных государств

+ граждане потенциально способные участвовать в производстве материальных

ценностей и оказании услуг
граждане, которые ищут работу
граждане уволенные по собственному желанию

Безработные это

граждане, не имеющие места жительства
+трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированные в службе занятости
нетрудоспособные граждане
пенсионеры

Выберите один правильный вариант

Интенсивность труда это

+затраты физической, психической и умственной энергии на единицу времени
трудоемкость производства
затраты живого труда
затраты овеществленного труда

Уровень безработицы рассчитывается как

+отношение количества безработных к трудовым ресурсам
отношение безработных к количеству экономически активного населения
отношение безработных к количеству постоянных работников
отношение безработных к списочному количеству работников

Структура трудовых ресурсов это

+удельный вес различных категорий работников в их общей численности
количество работников постоянных в общей численности работников
количество работников наемных в общей численности работников
количество прочих работников в численности постоянных работников

Совокупный труд это

совокупность нового труда
совокупность прошлого труда
+совокупность прошлого и нового труда
совокупность затрат ручного труда

В зависимости от времени пребывания на предприятии различают следующие категории работников

дневные
летние
+постоянные
уволенные

Темпы роста средней заработной платы работников должны:

опережать темпы роста производительности труда
быть ниже темпов роста производительности труда
+ соответствовать темпам роста производительности труда
не имеет существенного значения

В состав трудоспособного населения включаются женщины в возрасте:

от 18 до 56 лет
+от 16 до 55 лет
от 16 до 60 лет
от 18 до 55 лет

Категории «Персонал организации» и «Трудовые ресурсы», это:

совершенно одинаковые понятия
совершенно разные понятия
+ персонал организации входит в состав трудовых ресурсов
трудовые ресурсы входят в состав персонала организации

Выберите один правильный вариант

Персонал предприятия это

постоянный состав работников

+состав постоянных и временных работников, работающих по договору найма

временный состав работников

наемные работники

Фонд оплаты труда это

поощрительные выплаты

+ источник средств, для выплаты работникам заработной платы

выплаты социального характера

оплата наемных работников

Тарифная сетка это

размер заработной платы за единицу времени

+соотношение тарифных ставок по разрядам

оплата труда по отраслям

единовременная оплата труда

Какие бывают формы оплаты труда

+сдельная

прямая

косвенная

смешанная

Структура персонала по стажу работы относится к показателям:

наличия трудовых ресурсов

движение трудовых ресурсов

+ состояния трудовых ресурсов

наличия и движения трудовых ресурсов

Коэффициент постоянства кадров в организации, это:

число лиц списочного состава, вышедших на работу в данный день (включая находящихся в командировках)

+ отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на конец года

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период в организации

отношение числа лиц, проработавших весь отчетный период, к числу работников на начало года

Трудоемкость производства, это:

экономическая категория, характеризующая количество материальных затрат в единицу рабочего времени

+ экономическая категория, характеризующая затраты труда на производство единицы продукции

экономическая категория, характеризующая способность конкретного труда

производить определенное количество продукции за определенный период, обычно за год

экономическая категория, характеризующая количество производственных затрат на производство единицы продукции

Производительность труда это

отношение валовой продукции к товарной.

+способность конкретного труда производить определенное количество продукции в единицу рабочего времени.

отношение прибыли к себестоимости продукции.

отношение стоимости валовой продукции к фонду оплаты труда.

Номинальная заработная плата — это:

+денежная сумма, которую получает работник за выполненную работу.

денежный эквивалент материальных благ, приобретенных за величину зарплаты.

минимальный размер зарплаты, который установлен на предприятии в определенный период.

законодательно зафиксированные тарифные расценки и тарифные ставки.

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	20

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Раздел 2. Основы менеджмента

Тема 4 «Сущность, цели и задачи менеджмента»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК3; ОК6; ОК8; ПК 4.3 - 4.5; У1; У2; 38; 39; ЛР13; ЛР17.

Вопросы для опроса:

1. Сущность, цели и задачи управления предприятием.
2. Общие подходы к управлению предприятием.
3. Принципы управления предприятием.
4. Организационная структура управления предприятием. Управленческий цикл.
5. Понятие и сущность мотивации.
6. Сущность и задачи контроля в системе управления. Принятие решений.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Практическая работа № 3

Тема «Составление линейно-функционального и матричного типа организационной структуры»

(время проведения занятия – 4 часа)

Цель работы

Изучить линейно - функциональный и матричный тип организационной структуры.

Инструкция по выполнению:

1. Составление и построение линейно-функциональной и матричной структуры управления
2. Определение преимуществ и недостатков каждого типа структур

Задание № 1

Постройте организационную структуру из следующих элементов:

1. Маркетинговый отдел.
2. Финансовый отдел.
3. Плановый отдел.

- 4.Производственный отдел.
- 5.Директор завода.
- 6.Отделы завода.
- 7.Цех по переработке отходов.
- 8.Цех по сортировке товаров.
- 9.Цех по разгрузке товаров.
- 10.Цех по ремонту товаров.
- 11.Цех по монтажу товаров.

Задание № 2

Постройте организационную структуру из следующих элементов:

- 1.Менеджер по рекламе.
- 2.Менеджер по закупкам.
- 3.Директор по статистике.
- 4.Директор по маркетингу.
- 5.Директор.
- 6.Коммерческий директор.
- 7.Директор по производству.

Задание № 3

Дайте определение линейно- функциональному и матричному типам организационной структуры. Опишите достоинства и недостатки представленных организационных структур.

Линейно – функциональная структура

Достоинства

Недостатки

Матричная структура

Достоинства

Недостатки

Задание № 4

Составьте свою линейно- функциональную и матричную структуру на примере любого реально существующего предприятия.

Содержание отчета:

практическая работа должна быть оформлена в тетрадях для практических работ, ответы на вопросы должны быть четкими, краткими и конкретными, каждому рисунку должно быть присвоено название.

В конце занятия преподаватель проверяет правильность решения заданий по практическому занятию по данной теме.

Критерии оценки:

5 баллов - выставляется студенту, если он способен на основе типовых методик, правильно выполнить схематическое задание и делать обоснованные выводы;

4 балла - выставляется студенту, если в методике схематического задания и написании выводов имеются незначительные ошибки;

3 балла - выставляется студенту, если схематическое задание и выводы выполнены не в полном объеме и допущены ошибки в методике выполнения и написании выводов.

ниже 3 баллов оценка не выставляется

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

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

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

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.

Функция контроля включает:

постановку целей, разработку планов;
анализ достигнутых результатов, корректировку планов;
установление стандартов, корректировку планов;
+оценка и учет результатов работы;

К характеристикам функций управления как вида деятельности относят:

+однородность содержания работ;
зависимость от объекта управления;
анализ потребностей работников;
зависимость от субъекта управления

Контроль как функция управления предполагает:

формирование рациональных информационных потоков
+оценку и анализ эффективности результатов работы организации;
стимулирование труда работников
мотивацию труда.

Контроль как функция менеджмента подразумевает:

принятие управленческих решений;
+выявления причин несоответствия плановых и фактических показателей;
определение будущих показателей деятельности предприятия.

В теории управления к общим функциям менеджмента относятся такие функции как:

+контроль;
принятие решений;
нововведение
инновация.

В менеджменте содержательные теории мотивации основаны на идентификации ...

поведения
познания

+потребностей

В теории мотивации критериальная база человека складывается из
восприятий, стереотипов

+расположений, ценностей, верований, принципов

целей, усилий, активности

поведения, характера

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

+мотив

интерес

побуждение

мотивация

К первичным потребностям человека не относится:

потребность в уважении

потребность в отдыхе

потребность в жилище

+потребность в еде

Виды мотивации:

потребность к труду

хорошие деловые отношения с руководителем

+материальное стимулирование.

Мотивация – это:

функция управления

воздействие на человека

+фактор, определяющий его поведение.

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

Что представляет собой процедура управленческих решений?

документальное оформление принятого решения

распределение ответственности и полномочий в процессе подготовки и принятия решения

+последовательность этапов подготовки и принятия решения с указанием их содержания и исполнителей

построение дерева целей

Выработка решений состоит из следующих этапов:

диагнозы проблемы, формулирование критериев и ограничений, разработки и оценки альтернатив, выбора альтернативы

+разработка и оценка альтернатив, выбора альтернативы, организации и выполнения решения

разработка и оценка альтернатив, выбора альтернативы

Что из названного можно отнести к этапу организации выполнения принятого решения?

+определение комплекса необходимых действий

+определение необходимых ресурсов

определение влияния факторов внешней среды

+доведение задания до исполнителей

Возможно ли использование мозгового штурма в качестве метода принятия управленческого решения?

+да

нет

Решение представляет собой:

+выбор альтернативы для достижения поставленных целей

диагноз проблемы

выявление альтернатив

выработку программы по достижению целей

Вовлечение исполнителей в принятие решения - это:

вид менеджмента

принцип менеджмента

функция управления

+метод управления

Этапы принятия решения включают:

диагноз проблемы и выявление альтернатив

формулировку ограничений и критериев для принятия решения

+оценку альтернатив и окончательный выбор

все перечисленные выше варианты

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	40

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Тема 5 «Сущность и психологические аспекты деятельности менеджера»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК6; ОК7; ОК8; ПК 4.2; ПК4.3; У2; 38; 39; ЛР 6; ЛР 13.

Вопросы для опроса

1.Сущность деятельности менеджера.

2.Качества современного менеджера.

3.Коммуникации в системе управления.

4.Стили управления. Деловое общение в коллективе.

5.Сущность и роль социальной ответственности в системе управления.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Самостоятельная работа

Тема 5 «Сущность и психологические аспекты деятельности менеджера»

Цель: Поиск информации по заданной тематике из различных источников, систематизация полученной информации и представление ее в виде реферата и презентации (6-8 слайдов).

Тематика рефератов

1. Конфликты в системе управления
2. Понятие, типы конфликтов
3. Основные причины и последствия конфликтов
4. Пути преодоления конфликтов
5. Понятие стресса.
6. Основные методы снятия стресса и пути его предупреждения
7. Управление конфликтами в организации
8. Методы разрешения и предотвращения конфликтов
9. Психологические кризисы

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность; сделан краткий обзор различных точек зрения по теме; четко и логично изложена собственная точка зрения; сформулированы выводы; выдержан объем; соблюдены требования к внешнему оформлению; при защите даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

4 балла – выставляются студенту, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты, в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите реферата даны недостаточно полные ответы.

3 балла – выставляются студенту, если имеются существенные отступления к написанию реферата: тема освещена частично, отсутствуют выводы, допущены ошибки в содержании или в ответах при защите реферата.

Ниже 3 баллов – студенту не выставляется.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

Связующими процессами в менеджменте являются:

- процессы прогнозирования и планирования
- процессы контроля и мотивации
- +процессы принятия решений и коммуникации
- процессы организации и координации

В чем разница между лидером и формальным руководителем?

формальный руководитель подходит формально к выполнению своих обязанностей, а лидер с желанием берется за выполнение любого дела
соответственно в неформальном и формальном подходе к делу
+в способности лидера оказывать влияние на людей, своих последователей, побуждая их к достижению каких-либо целей независимо от обладания формальной власти
лидер максимально демократично подходит к коллективу, формальный руководитель требует жесткого подчинения

Что из перечисленного ниже в большей мере правомерно для лидера?

- он умело управляет подчиненными
- он хороший организатор
- +он ведет людей за собой
- он в полной мере использует предоставленные ему полномочия

Профессиональные качества лидера - это?

интеллектуальные способности

способность управлять собой
активность и энергичность
+компетентность в соответствующей профессии

Под стилем управления понимается:

манера поведения руководителя по отношению к окружающим его работникам
влияние на подчиненных
+совокупность наиболее характерных и устойчивых методов и форм работы руководителя с подчиненными
власть как должности, так и личности

Какой из указанных ниже факторов в наибольшей мере определяет стиль управления руководителя?

размеры коллектива организации
опыт работы менеджера
уровень квалификации работников
+отраслевая специфика организации

Что из перечисленного ниже не относится к теориям лидерства?

+теория системного лидерства
концепция ситуационного лидерства
теория лидерских качеств
теория лидерского поведения

Что из указанного ниже не относится к деловым качествам лидера - руководителя?

+компетентность
стремление к власти
оперативность в решении проблем
стремление к преобразованиям

Что такое стиль руководства?

повседневное поведение руководителя
устойчивые способы принятия решений
+методы и формы работы руководителя с подчиненными
профессиональная деятельность руководителя

Определите третью фазу деловой беседы:

опровержение доводов собеседника
+аргументирование
передача информации
принятие решения

Выберите один из этапов фазы передачи информации:

"перехватывание" инициативы
формирование предварительного мнения
пробуждение интереса к беседе
+обсуждение проблем

К какой фазе относятся требования – опыт, деликатность и внимание к собеседнику:

аргументация
+принятия решения и завершения беседы
нейтрализация замечаний собеседников
передача информации

При приёме подчинённых работник должен:

не проявлять симпатии и антипатии
затрагивать темы политики, религии или расовой принадлежности
+избегать в беседах поддерживания злословия в адрес отсутствующих
без причины отказываться от обсуждения предписанной темы

Как называется процесс взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью и опытом, предполагающим достижение определённого результата:

деловые совещания и собрания
публичные выступления
+деловые переговоры
деловая беседа

Оптимальными днями для переговоров являются:

+вторник, среда, четверг
понедельник, среда, пятница
вторник четверг, пятница
понедельник, вторник, среда

При каком методе ведения переговоров достигается согласие между партнёрами:

вариационном методе
методе сотрудничества
+компромиссном методе
методе интеграции

К какому типу совещаний относится использование новых идей, разработка перспективных направлений деятельности:

информативное собеседование
совещание с целью принятия решения
научное совещание
+творческое совещание

По основной задаче деловые совещания подразделяются:

+на инструктивные, оперативные и проблемные
авторитарные, свободные и демократические
разовые, постоянно действующие и периодические
республиканские, отраслевые и межрегиональные

Какие правила нужно соблюдать при общении с переводчиком:

говорить быстро и напористо
сопровождать речь идиоматическими оборотами
использовать профессиональную лексику
+произносить не более одного – двух предложений подряд

Форма организованного целенаправленного взаимодействия группы заинтересованных лиц посредством обмена мнениями для выработки и принятия решений:

деловые переговоры
деловая беседа
+деловые совещания
дискуссии

Специально-организованный предметный разговор для решения определенных задач:

деловые переговоры
+деловая беседа
деловые совещания
дискуссии

Форма деловых коммуникаций между собеседниками, которые обладают необходимыми полномочиями от своих организаций для заключения договоров:

+деловые переговоры
деловая беседа
деловые совещания
дискуссии

Процесс продвижения и разрешения проблем путем сопоставления, столкновения, взаимообогащения предметных позиций участников:

деловые переговоры

деловая беседа
деловые совещания
+дискуссии

Формой делового общения не является ...

переговоры
беседа
+изучение бизнес-плана
собеседование

Средства коммуникации делятся на:

прямые и косвенные
содержательные и формальные
+вербальные и невербальные
закодированные и незакодированные

К невербальным средствам общения относят ...

+ взгляд;
словесное обращение;
приказ на доске объявлений
переговоры

Коммуникационная сеть — это ...

+соединение определенным образом участников процесса с помощью информационных потоков
система современных информационных программ по обеспечению процесса управления конфликтами в организации
система взаимосвязей между руководителями
общение

Наклоняясь вперед или назад от собеседника в то время, когда он говорит, Вы можете сообщать об уровне Вашего интереса к тому, о чем он говорит

+да
нет
не знаю
не уверен

Распространение слухов в организации является ...

+результатом недостаточной информации относительно происходящих событий, переживаний в коллективе;
результатом нерационально используемого рабочего времени сотрудниками;
следствием демократизации процесса управления
наличием неформальных групп

Какое правило не является правилом успешной коммуникации?

настаивать на точных формулировках
умение слушать другого;
устанавливать коммуникацию не только на сегодня, но и на завтра;
+если хочешь быть услышанным, говори.

Замкнутость, нерешительность, застенчивость — это примеры ...

социальных барьеров;
этнокультурных барьеров;
+психологических барьеров.
рефлексии.

Что из перечисленного ниже раскрывает понятие коммуникационных сетей?

способ, с помощью которого индивид строит отношения с другими
совокупность управленческой информации
информация и коммуникационный стиль
+соединение участников коммуникационного процесса с помощью информационных

потоков

Коммуникации в системе управления - это:

коммуникабельность специалистов аппарата управления

+деловые межличностные связи в организации, сопровождающиеся процессом передачи информации от источника к получателю с целью изменений его знаний или поведения
технические установки (средства) с сетью линий передач управленческой информации
способ передачи распоряжения руководителя

Что не относится к основным элементам процесса коммуникаций?

отправитель;

получатель;

+сообщение;

канал связи;

Какие способы сокращения объема информации существуют в управлении:

+кодирование;

передача информации речью;

сокращение слов;

все перечисленное?

Коммуникации в системе управления - это:

коммуникабельность специалистов аппарата управления;

+деловые и межличностные связи в организации, сопровождающиеся процессом передачи информации от источника к получателю с целью изменения его знаний, установок или поведения;

технические установки (средства) с сетью линий передачи управленческой информации;

способ передачи распоряжений руководителем.

Что включает в себя информационная система управления производством:

внешнюю среду, объекты управления

людей, программное обеспечение, банк управленческих ситуаций

+технические средства сбора и обработки информации;

все перечисленное выше?

Без чего невозможны коммуникации:

демократического стиля управления;

+обратной связи;

положение о подразделениях;

планирования;

всего вышеперечисленного?

«Невербальная информация» - это:

слова

объявления

приказы

+жест;

Какое основное правило менеджера в коммуникациях:

умение говорить;

умение слышать;

+уметь слушать;

владеть невербальными методами?

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	40

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

- 4 балла** – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;
3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;
0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Раздел 3. Основы маркетинга

Тема 6 «Теоретические основы маркетинга»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОК5;ОК6; ОК 7; У1;У3 ПК 1.3; ПК2.2;ПК4.1;ПК4.4;ПК4.5;32;34;311;312; ЛР 2; ЛР 13.

Вопросы для опроса:

- 1.Рынок как объективная экономическая основа маркетинга.
- 2.Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.
- 3.Принципы, функции, цели маркетинга, его связь с менеджментом. 4.Маркетинговая среда предприятия.
- 5.Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
6. Определение емкости рынка.
- 7.Выбор целевого рынка предприятием. Поведение потребителей на рынке.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

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

Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

большое число потребителей

+ превышение предложения над спросом

Превышение спроса над предложением

правильного ответа нет

Какую систему представляет собой маркетинг?

Производственную

Сбытовую

+Производственно-сбытовую

Правильного ответа нет

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

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

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

Дайте определение окружающей среды маркетинга:

Это государство, на котором действуют маркетинговые концепции

Это комплекс природных факторов, позволяющих использовать маркетинг на практике

+ Это совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты

Это совокупность мощностей, характеризующих маркетинг той или иной фирмы

Микросреда – это:

Территория вокруг фирмы

+ Факторы, контролируемые предприятием

Факторы, влияющие на клиентов фирмы и их выбор

Факторы обслуживания маркетинговыми фирмами своих клиентов

Что относится к природным факторам макросреды фирмы:

Отношение людей к окружающим, появление безграничных возможностей

Контроль за качеством и безопасностью товара

Приверженность основным традициям культурным ценностям

+ Дефицит сырья, рост загрязнения среды

Какие факторы микросреды отрицательно влияют на сбыт продукции:

Активность продавцов в магазинах

Бесперебойность работы предприятия

Удовлетворение клиентов

+ Негативное отношение контактной аудитории

Какое качество не присуще маркетинговой среде:

Изменчивость

Неопределенность

+ Стабильность

Нет правильного ответа

Ужесточение государственного контроля за доброкачественностью и безопасностью товара – это:

Политический фактор

+ Научно-технический фактор

Экономический фактор

Природный фактор

Фирмы, помогающие компаниям в продвижении, сбыте и распространении ее товаров – это:

Поставщики

+ Посредники

Конкуренты

Нет правильного ответа

Фирмы специалисты по организации товародвижения...

+ Помогают создавать товарные запасы, быстро продвигать их от места Производства до места потребления

Предоставляют кредиты и страховые услуги

Обеспечивают фирме удобства места, времени и процедуры реализации товаров

Нет правильного ответа

Что относится к факторам микросреды:

Товар

+ Контактные аудитории

Культурное окружение

Сырье и материалы

Что является лишним среди типов клиентурных рынков:

Рынок посредников

Международный рынок

+ Рынок конкурентов

Рынок потребителей

Что входит в основные силы, из которых складывается макросреда:

+ Научно-технический фактор

Внешние контактные аудитории

Конкуренция

Контактные аудитории

Факторы микросреды включают:

+ Поставщики, маркетинговые посредники, фирмы, конкуренты

Поставщики, покупатели, снабженцы, производители

Рекламные агенты, промоутеры, продавцы

Работники фирмы и административный аппарат

К каким факторам макросреды относится «дефицит воды и воздуха»

Технологические

+ Природные

Экономические

Экологические

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	35

Критерии оценки:

5 баллов – выставляются студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Тема 7 «Разработка комплекса маркетинга»

Контролируемые компетенции (знания, умения): ОП5; ОК6; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.3; ПК 3.1-3.4; ПК 4.1-4.4.5; У1; У3; 32; 35; 313; 314; ЛР 13; ЛР 17.

Вопросы для опроса:

1. Понятие комплекса маркетинга.

2. Товарная политика предприятия.

3. Система товародвижения.

4. Ценовая политика в комплексе маркетинга.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который четко и логически стройно излагает материал; точно дает определения основных категорий; приводит конкретные примеры; успешно применяет теоретические знания к решению практических задач.

4 балла – выставляется студенту, который в ответе на вопрос и формулировке определений допускает небольшие погрешности, не искажающие смысла; допускает незначительные неточности в расчетах; приводит не совсем удачные конкретные примеры.

3 балла – выставляется студенту, который не совсем твердо владеет материалом; при ответах допускает малосущественные погрешности, искажения логической последовательности; испытывает затруднения при решении задач.

0 баллов – выставляются студенту, который не подготовился к занятию.

Самостоятельная работа

по теме «Разработка комплекса маркетинга»

Цель: Поиск информации по заданной тематике из различных источников, систематизация полученной информации и представление ее в виде реферата и презентации (6-8 слайдов).

Тематика рефератов:

1. "Сущность маркетинговых коммуникаций".

2. "Формирование имиджа и стиля фирмы".

3. "Брэнд: сущность и значение".

4. "Сбыт продукции оптом и в розницу".
5. "Рекламная деятельность организации".
6. Разработка товарной марки продукции.
7. Особенности проведения маркетинговых исследований.
8. Маркетинговое исследование рынка.
9. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
10. Методы формирования цен на товары.
11. Основные методы продвижения продукции на рынке.
12. Процесс организации прямых продаж.

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность; сделан краткий обзор различных точек зрения по теме; четко и логично изложена собственная точка зрения; сформулированы выводы; выдержан объем; соблюдены требования к внешнему оформлению; при защите даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

4 балла – выставляются студенту, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты, в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите реферата даны недостаточно полные ответы.

3 балла – выставляются студенту, если имеются существенные отступления к написанию реферата: тема освещена частично, отсутствуют выводы, допущены ошибки в содержании или в ответах при защите реферата.

Ниже 3 баллов – студенту не выставляется.

Практическая работа № 4

Тема «Ценовая политика в комплексе маркетинга»

(время проведения занятия – 5 часов)

Цель: освоить методику расчета методов затратного и параметрического ценообразования.

Задание Предприятие по изготовлению флористических изделий делает прогнозы объема продаж с учетом цены предложения, на основании предложенных исходных данных необходимо провести маркетинговое исследование и сделать соответствующее заключение о влиянии цены на прогнозируемый объем продаж изделий.

На основании представленных данных (табл. 1) рассчитать прогнозируемую прибыль.

Таблица 1 - Исходные данные

Варианты	Прогнозируемый объем продаж q с учетом цены предложения p , шт.		
	1200 руб.	1500 руб.	2000руб.
Лучший из возможного	1600	1500	1250
Наиболее вероятный	1400	1250	1200
Худший из возможного	1000	800	600

Таблица 2 - Расчет прогнозируемой прибыли

Показатель	Цена предложения, руб.		
	1200	1500	4000
Удельные переменные затраты b , руб.	1800	1800	1800
Удельный выигрыш фирмы $p - b$, руб.			
Валовой выигрыш фирмы в год $(p - b) q$, тыс. руб.:			
– лучший из возможного			
– наиболее вероятный			
– худший из возможного			
Постоянные затраты в год a , тыс. руб.	2000	2000	2000

Прибыль $[(p - b)q - a]$, тыс. руб.:			
– лучший из возможного			
– наиболее вероятный			
– худший из возможного			

Выводы: _____

Для того чтобы принять правильное решение, необходимо рассчитать возможные потери предприятия при разных уровнях цен

Примечание. Возможные потери фирмы рассчитываются на основе прогнозируемой прибыли при разных уровнях цен и вариантов (см. табл. 2).

Для расчета данных таблицы 3 необходимо сравнить полученную прибыль при выбранном уровне цен с прибылью других цен предложения по каждому из предложенных вариантов и определить возможные потери фирмы в год.

Таблица 3 - Возможные потери фирмы в год

Варианты	Потери фирмы при выбранном уровне цен, тыс. руб.		
	1200 руб.	1500руб.	2000 руб.
1 вариант:			
– лучший из возможного	0		
– наиболее вероятный	0		
– худший из возможного	0		
2 вариант:			
– лучший из возможного		0	
– наиболее вероятный		0	
– худший из возможного		0	
3 вариант:			
– лучший из возможного			0
– наиболее вероятный			0
– худший из возможного			0

Рассчитав величину потерь, необходимо выбрать по каждому варианту максимально возможные потери и занести в таблицу 4. Затем принять решение, которое ведет к минимальному значению возможных потерь.

Таблица 4 - Максимально возможные потери в год

Цена предложения, руб.	Максимально возможные потери в год, тыс. руб.
3200	
3600	
4000	

Выводы: _____

Далее рассмотрим максимизацию ожидаемого дохода и на основании расчетных данных сделаем соответствующие выводы (табл. 5).

Пояснение к заданию: по экспертной оценке, лучший вариант имеет вероятность – 0,3; наиболее вероятный – 0,6; худший – 0,1. Объем продаж представлен в таблице 1.

Таблица 5 – Максимальный ожидаемый доход

Показатель	Цена предложения, руб.			Вероятность
	1200	1500	2000	
1. Валовой выигрыш фирмы в год, тыс. руб.:				
– лучший из возможного				0,3
– наиболее вероятный				0,6
– худший из возможного				0,1
2. Возможные доходы, тыс. руб.:				<input type="checkbox"/>
– лучший из возможного				<input type="checkbox"/>
– наиболее вероятный				<input type="checkbox"/>
– худший из возможного				<input type="checkbox"/>
Сумма возможного дохода за год, тыс. руб.				<input type="checkbox"/>

Выводы: _____

В конце занятия преподаватель проверяет правильность решения заданий по практическому занятию по данной теме.

Критерии оценки:

5 баллов - выставляется студенту, если он способен на основе типовых методик правильно выполнить расчетное задание и делать обоснованные выводы по расчетам;

4 балла - выставляется студенту, если в методике расчета показателей и написании выводов имеются незначительные ошибки;

3 балла - выставляется студенту, если расчетное задание и выводы выполнены не в полном объеме и допущены ошибки в методике расчета показателей и написании выводов.

ниже 3 баллов оценка не выставляется

Контрольная работа № 2

1 вариант

Выберите один правильный вариант

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

Компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации

+Покупателей, приобретающих товары для личного пользования

Фирм-производителей товаров потребительского назначения

Личные продажи

2. Товарная марка предназначена для того, чтобы:

Компенсировать недостающее товару качество

Обосновать перед потребителем более высокую цену на товар

+Дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

Выйти на зарубежный рынок

3. В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

Номенклатура входит в состав ассортимента

+Ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры

Ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров

4. Ширина номенклатуры товаров отражает:

Количество вариантов и сортов отдельного товара в рамках ассортиментной группы

+Общую численность ассортиментных групп

Обеспечение прибыли предприятия

Обеспечение рентабельности предприятия

5.Реклама, это?

+Неличная коммуникация

Немассовая коммуникация

Двухсторонняя коммуникация

Все ответы верны

Правильного ответа нет

6.Что такое идеальный товар?

Любой товар, лежащий на прилавке

+Товар, полностью удовлетворяющий потребность покупателя

Импортный товар очень высокого качества

Товар, спрос на который очень высок

7.Что является товаром:

+Стихотворения, опубликованные в поэтическом сборнике

Телевизор нового поколения, демонстрируемый на выставке

Целебная минеральная вода, залитая в сосуд непосредственно из источника

Изделие народного промысла, выставленное в музее

8.В качестве недостатка прямого канала распространения рекламы можно указать?

Конфиденциальность обращения

+Высокую стоимость обращения в расчете на один контакт

Консервативность аудитории

Правильного ответа нет

9.Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

Потребители

Рекламораспространители

Рекламодатели

+Целевые аудитории

10.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

2 вариант

Выберите один правильный вариант

1.Заказчиком рекламы является:

+Рекламодатель

Рекламное агентство

Журнал

Потребитель

2.Товарная марка предназначена для того, чтобы:

Компенсировать недостающее товару качество

Обосновать перед потребителем более высокую цену на товар

+Дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

Выйти на зарубежный рынок

3.В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

Номенклатура входит в состав ассортимента

+Ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры

Ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров

4.Широта номенклатуры товаров отражает:

Количество вариантов и сортов отдельного товара в рамках ассортиментной группы

+Общую численность ассортиментных групп

Обеспечение прибыли предприятия
Обеспечение рентабельности предприятия

5.Реклама, это?

+Неличная коммуникация
Немассовая коммуникация
Двухсторонняя коммуникация
Все ответы верны
Правильного ответа нет

6.В качестве недостатка прямого канала распространения рекламы можно указать?

Конфиденциальность обращения
+Высокую стоимость обращения в расчете на один контакт
Консервативность аудитории
Правильного ответа нет

7.Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

Потребители
Рекламораспространители
Рекламодатели
+Целевые аудитории

8.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

9.Заказчиком рекламы является:

+Рекламодатель
Рекламное агентство
Журнал
Потребитель

10.Контролируемые факторы это

факторы, не зависящие от деятельности предприятия;
+факторы, которые управляются высшим руководством предприятия;
факторы, влияющие на процесс реализации продукции;
факторы, влияющие на покупателя

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;
4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;
3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;
0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме:

Выберите один правильный вариант

Что такое идеальный товар?

Любой товар, лежащий на прилавке
+Товар, полностью удовлетворяющий потребность покупателя
Импортный товар очень высокого качества
Товар, спрос на который очень высок

Что является товаром:

+Стихотворения, опубликованные в поэтическом сборнике
Телевизор нового поколения, демонстрируемый на выставке
Целебная минеральная вода, залитая в сосуд непосредственно из источника
Изделие народного промысла, выставленное в музее

Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

Компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации

+Покупателей, приобретающих товары для личного пользования
Фирм-производителей товаров потребительского назначения
Личные продажи

Товарная марка предназначена для того, чтобы:

Компенсировать недостающее товару качество
Обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
+Дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
Выйти на зарубежный рынок

В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

Номенклатура входит в состав ассортимента
+Ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры
Ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров

Широта номенклатуры товаров отражает:

Количество вариантов и сортов отдельного товара в рамках ассортиментной группы
+Общую численность ассортиментных групп
Обеспечение прибыли предприятия
Обеспечение рентабельности предприятия

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

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:

+Рекламодатель
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
Листовка

Конечная цель продвижения товара:

Информирование покупателей

Расширение ассортимента

Коммуникация с потребителем

+Убеждения потребителей в покупки товара

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

Факторы рыночного ценообразования это

+взаимосвязанный комплекс экономических сил и интересов, оказывающих воздействие на формирование цен;

система методов ценообразования;

рыночные отношения, воздействующие на цены

приемы ценообразования

Контролируемые факторы это

факторы, не зависящие от деятельности предприятия;

+факторы, которые управляются высшим руководством предприятия;

факторы, влияющие на процесс реализации продукции;

факторы, влияющие на покупателя

Согласно сегментации, рынок потребителей можно подразделить

+на этичных покупателей

на серьезных покупателей

на скрытых покупателей

на скандальных покупателей

Ценовая дискриминация это

+продажа монополиями одного и того же товара разным покупателям по неодинаковым ценам

установление цен ниже себестоимости

продажа товара по договорным ценам

продажа товара по сниженным ценам

Среда, в которой цена контролируется рынком, характеризуется

+высокой степенью конкуренции сходством товаров и услуг, высокими ценами;

низкой конкуренцией и низкими ценами продаж;

равновесием спроса и предложения;

нехваткой товаров

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	10 минут
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов	20

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который правильно выполнил 9-10 тестовых заданий;

4 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 7-8 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно выполнил 5-6 тестовых задания;

0 баллов – выставляется студенту, который правильно ответил на 1-4 тестовых задания.

Фонд тестовых заданий для промежуточного контроля знаний по дисциплине формируется из тестовых заданий, представленных в разделах с 1 -7

Методика проведения контроля

Параметры методики	Значение параметра
Предел длительности всего контроля	30 минут
Последовательность выбора разделов	Последовательная
Последовательность выбора вопросов	Случайная
Предлагаемое количество вопросов из одного контролируемого раздела	4
Предлагаемое количество вопросов	24

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется студенту, который правильно выполнил 23 – 24 тестовых задания; способен на основе типовых методик произвести расчеты макро- и микро- показателей функционирования экономики;

4 балла – выставляется студенту, который правильно ответил на 20 – 22 тестовых задания;

3 балла – выставляется студенту, который правильно ответил на 16 – 21 тестовое задание;

Ниже 3 баллов оценка студенту не выставляется.