

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Департамент образования, научно-технологической политики и  
рыбохозяйственного комплекса  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный аграрный университет»  
Агротехнологический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Декан агротехнологического  
факультета Сарычев А.Н.

  
подпись \_\_\_\_\_ фамилия инициалы \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ 29 мая 2021 г.  
дата

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.16 Менеджмент и маркетинг

индекс и наименование дисциплины

Кафедра: «Менеджмент и логистика в АПК»

наименование кафедры

Уровень высшего образования: бакалавриат

бакалавриат/специалитет/магистратура

Направление подготовки (специальность): 35.03.05 Садоводство

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

Направленность (профиль):

«Содержание и эксплуатация объектов декоративного садоводства»

наименование направленности (профиля) программы

Форма обучения: очная

очная/очно-заочная/заочная

Год начала реализации образовательной программы: 2019

Волгоград  
2021

Автор(ы):

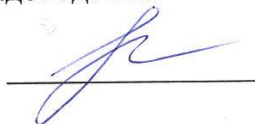
доцент



Т.В. Даева

Оценочные материалы по дисциплине согласованы с руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки (специальности) 35.03.05 Садоводство профиль «Содержание и эксплуатация объектов декоративного садоводства»

доцент

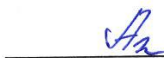


Н.А. Куликова

Оценочные материалы по дисциплине обсуждены и одобрены на заседании кафедры «Менеджмент и логистика в АПК»

Протокол № 4/1 от 24.05.2021 г.  
дата

Заведующий кафедрой: доцент



А.А. Карпова

Оценочные материалы по дисциплине обсуждены и одобрены на заседании методической комиссии агротехнологического факультета

Протокол № 10 от 29 мая 2021 г.  
дата

Председатель

методической комиссии факультета:



О.В. Резникова

# **1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ К ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Тестовые задания для оценки уровня подготовленности обучающихся к изучению дисциплины**

1. Менеджмент как управление в условиях рыночной экономики означает ...
  - а) независимость организации от факторов внешней среды;
  - + б) ориентацию организации на спрос и потребности рынка;
  - в) использование линейно-функциональных структур управления
2. Свойством организации характеризующим ее как систему управления является .....
  - а) статичность;
  - б) адаптивность;
  - + в) взаимосвязанность элементов.
3. Согласно теории менеджмента цели организации должны соответствовать требованию .....
  - а) динамичности;
  - + б) соответствия конкретной организации;
  - в) ориентации во времени.
4. \_\_\_\_\_ - это специалист по организации и управлению трудом других людей, обладающий полномочиями по принятию решений в конкретной сфере.
  - + а) менеджер;
  - б) лидер;
  - в) предприниматель.
5. Роль диагностики в процессе управления:
  - а) дает наиболее полную характеристику цели управления;
  - + б) позволяет определить проблему на основе оценки ситуации;
  - в) определяет необходимость и ценность информации для разработки управленческого решения.
6. В чем заключается главная миссия предприятия .....
  - + а) произвести продукцию или услуги, необходимые потребителями;
  - б) получить прибыль;
  - в) выполнять законы, нормы и правила.
7. Потребности, не входящие в иерархию потребностей по Маслоу:
  - а) физиологические;
  - + б) власти;
  - в) безопасности.
8. \_\_\_\_\_ - это способность оказывать влияние на отдельные личности и группы и направлять их усилие на достижение целей организации.
  - а) власть;
  - + б) лидерство;
  - в) устрашение.
9. Креативная мотивация.....
  - а) означает работу по приказам, командам, т. е. по прямому принуждению;
  - + б) соответствует потребности персонала в творчестве, создании нового во всех сферах деятельности;
  - в) отражает потребности в карьерном росте, лидерстве, а также в признании коллег за достижения в науке, изобретательстве и других сферах.
10. Роль лидера - ....
  - + а) отвечает за мотивацию подчиненных и набор, подготовку кадров и сопутствующие этим задачам вопросы;
  - б) обеспечивает работу саморазвивающейся сети внешних контактов и источников информации;
  - в) постоянно собирает разнообразные сведения специализированного для своей работы характера, поступающие как из внешней среды, так и внутри организации.

11. Совокупность всех видов денежных средств, финансовых активов, которыми располагает общество и в состоянии выделить их на организацию производства это:
- +а) финансовые (инвестиционные) ресурсы;
  - б) трудовые ресурсы;
  - в) материальные (капитальные) ресурсы.
12. Отличие экономических ресурсов от факторов производства в том, что:
- а) разницы нет;
  - б) в экономические ресурсы не входит инвестиционная деятельность предпринимателя;
  - +в) факторы производства – это вовлеченные в процесс производства экономические ресурсы.
13. Рынок можно определить, как:
- а) систему отношений по поводу обмена результатами производства и услугами, принимающими форму товара;
  - б) систему экономических отношений между покупателями и продавцами на основе определения свободных цен в результате взаимодействия спроса и предложения;
  - +в) все предыдущие ответы приемлемы.
14. Условия возникновения и развития рыночных отношений:
- +а) свободное ценообразование;
  - б) отсутствие конкуренции;
  - в) государственное регулирование цен.
15. Посредническая функция рынка заключается в том, что:
- а) рынок устанавливает цены на рынке в соответствии с затратами общественно необходимого труда и законом спроса и предложения;
  - б) рынок дает сведения о количестве, качестве, ассортименте товаров и услуг;
  - +в) рынок позволяет товаропроизводителям обмениваться результатами своей деятельности.
16. Если цена на бананы повысится, то:
- а) спрос на бананы не изменится;
  - +б) величина спроса на бананы уменьшится;
  - в) величина спроса на бананы увеличится.
17. Предложение — это:
- +а) количество товаров, которое желают реализовать продавцы по каждой из возможных цен за определенный период времени;
  - б) количество товаров, которое желают приобрести покупатели по каждой из возможных цен за определенный период времени;
  - в) количество товаров, которое желают приобрести покупатели по определенной цене за определенный период времени.
18. Что относится к основным факторам производства:
- +а) труд, капитал, земля, предпринимательство;
  - б) ресурсы, рынок, спрос, рабочая сила;
  - в) реклама, доход, цена, капитал.
19. Состав и соотношение отдельных видов продукции, подбор различных видов и сортов товаров - это:
- + а) ассортимент;
  - б) номенклатура;
  - в) реестр.
20. Развитию креативного менеджмента способствует (главный фактор):
- а) использование в управлении компьютерной техники;
  - б) развитие неформального управления и поощрение лидерства;
  - + в) овладение методами активизации творческого потенциала.

Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков,  
необходимых для изучения дисциплины

Шкала оценивания	Критерии оценки
«Зачтено»	Обучающийся дал 50 % и более правильных ответов на тестовые

	задания. Обучающийся отвечает минимальным требованиям к «входным» знаниям, умениям, навыкам, необходимым для изучения дисциплины
«Не зачтено»	Обучающийся дал менее 50 % правильных ответов на тестовые задания. Обучающийся не отвечает минимальным требованиям к «входным» знаниям, умениям, навыкам, необходимым для изучения дисциплины

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к тестированию

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при ответе во время проведения текущего контроля определяется оценкой: «зачтено», «не зачтено». Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:  $B = \frac{B}{O} \times 100\%$ , где B – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования; B – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста; O – общее количество вопросов в тесте.

## 2 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### Вопросы для подготовки к выступлению на семинаре

#### Тема 3. Система методов и стилей менеджмента.

1. Охарактеризуйте сущность и состав методов управления в рыночной экономике.
2. Традиционная классификация методов управления.
3. Характеристика экономических методов управления.
4. Характеристика социально - психологических методов управления.
5. Характеристика организационно - административных методов управления.
6. В чем состоит сущность методов прямого и косвенного влияния на объект управления?
7. На каких уровнях иерархии управления экономикой необходимо государственное регулирование?
8. Дайте характеристику методов управления персоналом. Методы воздействия на трудовые коллективы.

#### Тема 4. Коммуникации и деловое общение в менеджменте.

1. Значение коммуникации в управлении.
2. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации.
3. Модель коммуникационного процесса.
4. Роль отправителя и получателя в процессе коммуникации.
5. Особенности коммуникационного менеджмента.
6. Коммуникационные сети.
7. Коммуникационные стили.
8. Преграды в коммуникациях и способы их устранения.
9. Особенности межличностных коммуникаций.
10. Сущность и методы делового общения.
11. Функции и содержание делового общения.
12. Коммуникативная компетентность руководителя как условие эффективности управления. Способы развития коммуникативных способностей.

Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков  
по результатам выступления на семинаре

Шкала оценивания	Критерии оценки
«Отлично» (3 балла)	Полные ответы. Точное раскрытие поставленных вопросов. Свободное владение понятийно-категориальным аппаратом и терминологией соот-

	ветствующей темы. Логически корректное и убедительное изложение ответа
«Хорошо» (2 балла)	Неполные ответы на поставленные вопросы, но большая часть материала изложена (отражена). Умение пользоваться понятийно-категориальным аппаратом и терминологией соответствующей темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
«Удовлетворительно» (1 балл)	Неточное раскрытие поставленных вопросов. Затруднения с использованием понятийно-категориального аппарата и терминологии соответствующей темы. Присутствует стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
«Неудовлетворительно» (0 баллов)	Поставленные вопросы не раскрыты либо содержание ответа не соответствует сути вопроса. Неумение использовать понятийно-категориальный аппарат и терминологию соответствующей темы. Отсутствие логической связи в ответе.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выступлению на семинаре:

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выступлении на семинаре во время проведения текущего контроля определяется оценкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и баллами от 0-3. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике.

### Тестовые задания

Тема 1. Сущность, характерные черты современного менеджмента.

1. Предпосылками возникновения управления как науки являются:

- а) выход в свет книги Ф. Тейлора «Принципы научного управления»,
- + б) развитие промышленности, становление рыночного типа хозяйствования;
- в) развитие таких наук, как экономика, кибернетика, психология и социология.

2. Менеджмент был признан наукой и самостоятельной областью исследования:

- а) в конце XV в.;
- б) в конце XVII — начале XIII в.;
- + в) в конце XIX — начале XX в..

3. Модель управления организацией — это:

- + а) совокупность представлений о том, как выглядит система управления, как она воздействует на объект управления;
- б) самостоятельный вид профессиональной деятельности по управлению организацией или ее конкретной сферой;
- в) управление производственной и экономической деятельностью коммерческих и некоммерческих организаций;

4. В менеджменте в соответствии с принципом \_\_\_\_\_ реализуется выработка коллективного решения на основе мнений руководителей разного уровня, а также исполнителей конкретных решений.

- + а) коллегиальности;
- б) сочетания прав, обязанностей и ответственности;
- в) системности.

5. Принципы менеджмента делятся на две группы...

- а) главные и второстепенные;
- б) основные и вспомогательные;
- + в) общие и частные.

6. В большей мере соответствует пониманию менеджмента следующая парадигма управления.....

- + а) функционирование и развитие социально-экономической системы (организации);
- б) единство внешней и внутренней среды организации;
- в) организация движения и обработки информации.

7. Наиболее корректным определением цели управления является:

- а) результат, на достижение которого направлено управление;
- + б) видение будущего, которое желательно достичь;
- в) финансово-экономическое положение организации, определяющее ее стабильность и устойчивость.

8. Под процессом управления понимается .....

- а) последовательность выполнения операций при разработке управленческого решения;
- + б) совокупность последовательных действий субъекта управления, необходимых для осуществления воздействия на объект управления;
- в) изменения, происходящие в организации в результате действий менеджера.

9. Менеджмент как управление в условиях рыночной экономики означает ...

- а) независимость организации от факторов внешней среды;
- + б) ориентацию организации на спрос и потребности рынка;
- в) использование линейно-функциональных структур управления

10. Эффективность управления организацией в теории менеджмента наиболее точно отражает фактор

- а) получение лучшего финансового результата деятельности по сравнению с аналогичным периодом;
- б) получение дополнительных конкурентных преимуществ на рынке;
- + в) достижения поставленных целей в более короткие сроки с наименьшими затратами.

11. \_\_\_\_\_ - это специалист по организации и управлению трудом других людей, обладающий полномочиями по принятию решений в конкретной сфере.

- + а) менеджер;
- б) лидер;
- в) предприниматель.

12. Типология менеджмента определяется главным образом .....

- а) возможностями достижения максимальной эффективности менеджмента;
- б) индивидуальными особенностями менеджера;
- + в) разнообразием конкретных условий осуществления менеджмента.

13. К научным школам управления не относится:

- а) школа научного управления;
- б) классическая (административная) школа управления;
- + в) школа А. Маслоу.

14. Основателем школы научного управления является:

- а) Э. Мейо;
- б) А. Файоль;
- + в) Ф. Тейлор.

15. Наибольший вклад в развитие административной школы управления внес:

- а) П. Дракер;
- + б) А. Файоль;
- в) МакКлелланд;

16. А. Файоль сформулировал:

- а) принципы мотивации труда;
- + б) принципы управления.
- в) методы управления.

17. Основателем школы человеческих отношений является:

- а) П. Дракер;
- + б) Э. Мейо;
- в) А. Маслоу.

18. Впервые стала официально учитывать человеческий фактор:

- а) классическая школа управления;
- + б) школа человеческих отношений;
- в) школа человеческих резервов.

19. Возникновение раннего менеджмента связывается с .....

- а) разработкой Ф. Тейлором концепции научного управления;

- + б) переходом от мануфактур к машинному производству;
  - в) проведением управленческих экспериментов в Хотторне.
20. К основным положениям школы научного управления можно отнести.....
- + а) научный подход к подбору и обучению персонала и нормирование труда;
  - б) единство распорядительства и планирование;
  - в) усиление разработки социальных трудовых ресурсов и мотивация труда.
21. Сущность системного подхода в управлении заключается в том, что:
- а) управление необходимо рассматривать как непрерывный процесс;
  - б) управленческое поведение должно быть разным в различных ситуациях;
  - + в) организация рассматривается как открытая система, в которой все ее части взаимосвязаны и изменение одной из них оказывает влияние на все остальные.
22. Для организации как открытой системы характерным является:
- а) наличие обслуживающих подразделений;
  - + б) взаимодействие с внешней средой;
  - в) выпуск акций.
23. Организационное построение фирмы определяет.....
- а) управленческие коммуникации;
  - + б) состав фирмы и систему подчинения в общей иерархии управления;
  - в) подбор кадров.
24. Основными внутренними переменными организации, требующими внимания руководителя являются .....
- + а) цели, задачи, структура, люди, технология;
  - б) цели, задачи, горизонтальное разделение труда, специализация, люди;
  - в) цели, задачи, технология, вертикальное разделение труда.
25. Менеджмент как управление в условиях рыночной экономики означает ...
- а) независимость организации от факторов внешней среды;
  - + б) ориентацию организации на спрос и потребности рынка;
  - в) использование линейно-функциональных структур управления
26. В теории менеджмента основными факторами внешней среды косвенного воздействия являются .....
- а) поведение потребителей;
  - б) инфраструктура отрасли;
  - + в) социально-политическая ситуация в мире.

## Тема 2. Функции менеджмента.

1. Общими функциями менеджмента являются:
- а) управление, планирование, координация, контроль;
  - + б) планирование, организация, координация, мотивация и контроль;
  - в) организация, мотивация, кооперация и контроль.
2. Функция \_\_\_\_\_ - процесса сопряжения целей предприятия и целей работников для наиболее полного удовлетворения потребностей обеих.
- + а) мотивирования;
  - б) организации;
  - в) координирования.
3. Функции управления персоналом представляют собой:
- + а) комплекс направлений и подходов работы с кадрами, ориентированный на удовлетворение производственных и социальных потребностей предприятия;
  - б) комплекс направлений и подходов по повышению эффективности функционирования предприятия;
  - в) комплекс направлений и подходов по совершенствованию стратегии предприятия.
4. В теории менеджмента к общим функциям из перечисленных относится .....
- а) принятие решений;
  - + б) планирование;
  - в) инновация.



5. Осуществление \_\_\_\_\_ функций управления характерно для любого вида организационных систем.
- + а) общих;
  - б) частных;
  - в) специальных.
6. Главная задача функции \_\_\_\_\_ обеспечение взаимодействия и согласованности в работе всех звеньев предприятия путем установления рациональных коммуникаций между ними.
- а) контроля;
  - + б) координации;
  - в) организации.
7. Функция управления - это вид деятельности, необходимой для осуществления воздействия субъекта на объект управления.
- + а) да;
  - б) нет.
8. Автором «Учения об управлении», излагающего функциональную доктрину управления, является А. Файоль.
- + а) да;
  - б) нет.
9. К функциям оперативного управления относят следующие:
- а) прогнозирование, планирование, контроль, мотивация;
  - б) планирование, организация, мотивация, контроль;
  - + в) организация, мотивация, коммуникация, принятие решений.
10. Функция \_\_\_\_\_ состоит в количественной и качественной оценке и корректировке результатов работы организации.....
- а) координации;
  - б) мотивации;
  - + в) контроля.
11. \_\_\_\_\_ планирование доводит план-задание до конкретных исполнителей в каждом подразделении.
- а) перспективное;
  - + б) оперативно-календарное;
  - в) текущее.
12. При анализе ситуаций и разработке управленческих решений дисконтирование используется .....
- а) для определения прибыли;
  - б) для определения затрат или получения прибыли в единицу времени;
  - + в) для приведения затрат и результатов к одному моменту.
13. Наиболее важными в формировании необходимого качества управленческого решения являются следующие факторы:
- а) методология разработки решения, временные ограничения;
  - б) использование техники и современных ИТ- технологий;
  - + в) объем информации, профессионализм персонала, личные качества менеджера.
14. Установите последовательность действий, выполняемых менеджерами на этапе анализа ситуации в ходе разработки управленческого решения: сбор и обработка информации о состоянии внешней и внутренней среды (1), фиксация сигнала об отклонении в функционировании системы (2), выявление проблемы, требующей решения (3), классификация и анализ информации (4).
- а) 4 – 1 – 3 – 2;
  - б) 1 – 2 – 3 – 4;
  - + в) 2 – 1 – 4 – 3.
15. Установите соответствие между элементами системы организационных способов мотивации и их содержанием.

Мотивация	Содержание
1. Мотивация цели	А. Пробуждение в сотруднике сознания того, что достижение целей принесет всему коллективу организации или подразделения определенные

	блага
2. Мотивация участием в делах организации	Б. Предоставление работникам более содержательной, важной, интересной, социально значимой работы
3. Мотивация обогащением труда	В. Предоставление работникам права голоса при решении ряда проблем, прежде всего, социального характера

– а) 1 – В, 2 – Б, 3 – А;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – А, 2 – В, 3 – Б.

16. Установить соответствие между понятиями и содержанием способа принятия управленческих решений в зависимости от того, на что ориентировано лицо, принимающее решение:

Понятие	Содержание
1. Рациональный	А. Когда весь процесс обоснования решения нацелен на максимальный результат
2. Административный	Б. Когда в рамках полномочий руководителя принимается решение, удовлетворяющее минимальным требованиям
3. Интуитивный	В. Когда при принятии решений руководствуются аналогиями, словесными концептуальными ассоциациями, предвидением

+ а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

17. Установите соответствие между преобладающим типом управленческих решений и стилем менеджмента страны, где он используется в управленческой практике.

Страна	Тип управленческих решений
1. Менеджмент в Японии	А. Сугубо единоличный, реже единолично-консультативный
2. Менеджмент в России	Б. Единолично-консультативный, или компромисс
3. Менеджмент в США	В. Консенсус, или компромисс

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – В, 2 – А, 3 – Б;

– в) 1 – Б, 2 – В, 3 – А.

18. Установите соответствие между видом управленческого решения по содержанию и конкретным действием по его реализации.

Вид решения	Действие
1. Научно-техническое решение	А. Премирование работника
2. Экономическое решение	Б. Создание второй смены на предприятии
3. Организационное решение	В. Установка нового оборудования на предприятии

+ а) 1 – В, 2 – А, 3 – Б;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – А, 2 – Б, 3 – В.

### Тема 3. Система методов и стилей менеджмента.

1. К методам управления, базирующимся на материальных интересах людей, относятся \_\_\_\_\_ методы

+ а) экономические;

– б) социально-психологические;

– в) административные.

2. Примером применения административного метода управления является ситуация, когда

+ а) разработано положение общеорганизационного порядка;

– б) внедрена система автоматизированного учета затрат;

– в) разработан план социального развития коллектива.

3. \_\_\_\_\_ - это специалист по организации и управлению трудом других людей, обладающий полномочиями по принятию решений в конкретной сфере.
- + а) менеджер;
  - б) лидер;
  - в) предприниматель.
4. Организационно-административные методы управления могут оказаться наиболее эффективными в случае .....
- а) значительного повышения качества работы;
  - + б) начальной стадии формирования коллектива;
  - в) острой конфликтной ситуации в коллективе.
5. К организационным методам управления относится .....
- а) распоряжение;
  - б) инструктаж;
  - + в) регламентирование.
6. \_\_\_\_\_ - это способность оказывать влияние на отдельные личности и группы и направлять их усилие на достижение целей организации.
- а) власть;
  - + б) лидерство;
  - в) устрашение.
7. Стиль управления, основанный на участии работников в управлении, называется:
- а) авторитарный;
  - + б) демократический;
  - в) либеральный.
8. Социально-психологическая атмосфера в группе проявляется .....
- + а) в характере отношений между людьми;
  - б) в количестве и остроте конфликтов;
  - в) в конкретных результатах работы.
9. Стиль руководства в контексте управления - это привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить их к достижению целей организации. Лучше всего использовать властные механизмы для .....
- а) укрепления дружеских чувств между сотрудниками;
  - + б) изменения некоторых форм поведения сотрудников;
  - в) гармонии между начальником и подчиненным.
10. В поведении организации неформальному лидерству принадлежит следующая роль:
- + а) сплачивает, интегрирует коллектив;
  - б) разряжает конфликтные ситуации;
  - в) определяет поведение организации.
11. Установить соответствие между понятиями и содержанием теории ролей руководителя И. Адизеса:

Понятие	Содержание
1. Направляющая (purposeful)	А. Чтобы обеспечить продуктивность в краткосрочной перспективе, менеджмент должен следить за тем, чтобы нужные события происходили в нужное время, с нужной интенсивностью и в нужной последовательности.
2. Административная (administrative)	Б Создает культуру взаимозависимости и родственности, воспитывающая уникальную организационную культуру.
3. Интегрирующая (integrative)	В. Чтобы быть функциональной, т.е. эффективной, организация должна определить, для кого она существует, кто ее клиенты и какие их потребности она будет удовлетворять

- а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;
- б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;
- + в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

12. Установить соответствие между понятиями и содержанием роли руководителя в соответствии с теорией Г. Минцберга

Понятие	Содержание
1. Главный руководитель	А. Обеспечивает работу саморазвивающейся сети внешних контактов и источников информации, которые предоставляют информацию и оказывают услуги
2. Лидер	Б. Ответственный за мотивацию и активизацию подчиненных, набор и подготовку работников
3. Связующее звено	В. Символический глава, в обязанности которого входит выполнение обязанностей правового или социального характера

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

13. Установить соответствие между понятиями и содержанием уровней управления

Понятие	Содержание
1. Высший уровень управления	А. Призван обеспечить эффективность функционирования и развития фирмы путем координации деятельности всех подразделений
2. Средний уровень управления	Б. Сосредоточен на оперативном решении задач по организации хозяйственной деятельности в рамках отдельных структурных подразделений
3. Низовой уровень управления	В. Ориентирован на разработку стратегических направлений и целей развития, координацию деятельности в глобальном масштабе, принятие важнейших производственно-хозяйственных и технических решений, управление прибылью

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

14. Установить соответствие между понятиями и содержанием качеств менеджера

Понятие	Содержание
1. Личные качества	А. В области, имеющей непосредственное отношение к управлению организацией (концептуальные знания в области менеджмента), а также знание других научных дисциплин (социальной психологии, правоведения и др.) плюс специфики отрасли, в которой функционирует организация.
2. Этические нормы	Б. Высокий уровень эрудиции, инициативность, нестандартное мышление, умение расположить к себе, решительность и настойчивость в достижении цели, умение выполнять обязательства и обещания, твердость характера, справедливость, тактичность, опрятность и аккуратность, чувство юмора и др.
3. Профессиональные знания	В. Прежде всего это соблюдение норм деловой этики, то есть этические нормы поведения менеджера в условиях рыночной экономики, его нравственные принципы и идеалы.

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

15. Установите соответствие между наименованием роли менеджера в организации и ее характеристикой.

Страна	Тип мотивации
1. Роль лидера	А. Отвечает за мотивацию подчиненных и набор, подготовку кадров и сопутствующие этим задачам вопросы
2. Роль связующего звена	Б. Обеспечивает работу саморазвивающейся сети внешних контактов и источников информации

3. Роль приемника информации	В. Постоянно собирает разнообразные сведения специализированного для своей работы характера, поступающие как из внешней среды, так и изнутри организации
------------------------------	--

+ а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

16. Установите соответствие между видом власти и его характеристикой.

Вид власти	Характеристика
1. Экспертная власть	А. Власть, основанная на убеждении подчиненного в том, что менеджер сможет помешать удовлетворению его насущной потребности
2. Эталонная власть	Б. Власть, основанная на признании и последующем обожании менеджера последователями
3 Власть, основанная на признании	В. Власть, основанная на признании окружающими наличия у индивида профессиональной компетентности и недоступных им специальных знаний

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – В, 2 – Б, 3 – А.

17. Установите соответствие между характеристикой делового стиля и его видом.

Деловой стиль	Характеристика
1. Проблемно-целевой	А. Характеризуется поддержанием дистанции и подчеркиванием превосходства
2. Демократический	Б. Предусматривающий равноправие участников и неформальное общение
3. Авторитарный	В. Характер общения определяется конкретной сложившейся ситуацией

+ а) 1 – В, 2 – Б, 3 – А;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – А, 2 – Б, 3 – В.

18. Установите правильную последовательность этапов модели конфликта как процесса: инцидент (1), конфликтная ситуация (2), реакция на конфликтную ситуацию (3), управление конфликтом (4), возможность разрастания конфликта (5).

– а) 4 – 1 – 3 – 2 – 5;

+ б) 2 – 1 – 5 – 3 – 4;

– в) 1 – 2 – 4 – 5 – 3.

19. Установите правильную последовательность действий руководителя при разрешении конфликта: анализ конфликта (1), ограничение числа участников конфликта (2), изучение причин возникновения конфликта (3), разрешение конфликта (4).

– а) 4 – 1 – 3 – 2;

– б) 1 – 2 – 3 – 4;

+ в) 3 – 2 – 1 – 4.

20. Установите правильную последовательность основных стадий стандартного переговорного процесса при разрешении конфликтов: анализ результатов (1), выработка общей концепции переговоров (2), осуществление самих переговоров (3), подготовка вариантов конкретных решений (4), создание необходимых организационных условий (5).

– а) 4 – 1 – 3 – 2 – 5;

+ б) 2 – 4 – 5 – 3 – 1;

– в) 1 – 2 – 4 – 5 – 3.

Тема 6. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия.

1. К комплексу маркетинга не относится...

- а) цена;
- + б) стимулирование продаж;
- в) место торговой точки.

2. Маркетинг в качестве конечных потребителей большинства товаров рассматривает.....

- а) организации розничной торговли;
- б) товарно-сырьевые биржи;
- + в) индивидуального потребителя и домашние хозяйства.

3. Конкурентоспособность продукции определяется:

- + а) показателями качества и цены;
- б) показателями цены;
- в) длительностью жизненного цикла продукта.

4. Сбыт как элемент комплекса маркетинга должен .....

- + а) своевременно доставлять до потребителя;
- б) определить ценовые параметры продажи товара;
- в) разрабатывать и выводить товар на рынок.

5. Ценой товара является.....

- а) совокупные затраты предприятия, связанные с выпуском продукта;
- + б) количество денег, запрашиваемых за продукцию, которыми готов пожертвовать потребитель в обмен на ее приобретение;
- в) совокупные затраты предприятия, связанные с движением товаров.

6. К маркетинговой микросреде не относят.....

- а) поставщиков;
- б) посредников;
- + в) население региона.

7. В соответствии с многоуровневой моделью товара Ф. Котлера, товар, который обладает базовой функциональной ценностью или полезностью для потребителя можно отнести к группе товаров.....

- а) товар в реальном исполнении;
- + б) товар по замыслу;
- в) товар с подкреплением.

8. Применение канала прямого маркетинга целесообразно, если .....

- а) предприятие ориентировано на значительный сегмент рынка;
- б) продукция приобретается нерегулярно;
- + в) товар приобретается крупными партиями.

9. К каналу прямого маркетинга относится .....

- а) реализация товара через оптовых посредников;
- + б) продажа через принадлежащие производителю розничные магазины;
- в) продажа через дистрибьюторскую сеть.

10. Установите соответствие между понятиями и их содержанием:

Понятие	Содержание
1. Товарная единица	А. Все виды зубной пасты, которые продаются в данном магазине
2. Товарный ассортимент	Б. Все виды товаров, которые продаются в данном магазине
3. Товарная номенклатура	В. Тюбик зубной пасты

- а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;
- б) 1 – Б, 2 – А, 3 – В;
- + в) 1 – В, 2 – Б, 3 – А.

11. К терминам из левой колонки найдите соответствующие определения в правой колонке:

Термин	Определение
1. Социальный маркетинг	А. Деятельность по всестороннему анализу возможностей предприятия со стороны производства и рынка, способная обеспечить настоящий коммерческий успех

2. Маркетинг	Б Деятельность, связанная с реализацией произведенной продукции
3. Интегрированный маркетинг	В. Использование техники маркетинга в некоммерческих целях
4. Сбыт	Г. Комплексная система организации производства и сбыта, ориентированная на возможно более полное удовлетворение потребностей покупателей

– а) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– б) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В.

+ в) 1 – В, 2 – Г, 3 – А; 4 – Б.

12. Определите соответствие характеристик микросреды маркетинга:

Факторы микросреды	Характеристика
1. Потребители	А. Субъекты рынка, выступающие в качестве соперников по отношению к другим предпринимательским структурам
2. Поставщики	Б. Субъекты рынка, помогающие организации продвигать, доставлять и продавать товары
3. Посредники	В. Субъекты рынка, обеспечивающие организаций-партнеров и других кампаний, материальными ресурсами
4. Конкуренты	Г. Отдельные физические и юридические лица готовые приобрести товары и услуги, находящиеся на рынке

– а) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– б) 1 – А, 2 – Г, 3 – Б; 4 – В.

+ в) 1 – Г, 2 – В, 3 – Б; 4 – А.

13. Определите соответствие основных рабочих понятий маркетинга:

Рабочие понятия маркетинга	Характеристика
1. Нужда	А. Продукт труда, созданный для продажи
2. Потребность	Б. Коммерческий обмен ценностями на рынке между двумя сторонами
3. Запрос	В. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем развития общества и личностью индивида
4. Товар	Г. Чувство, ощущаемой нехватки чего-либо
5. Обмен	Д. Место, где встречаются спрос и предложение, покупатель и продавец, где товары обмениваются на деньги и проявляется конечный результат маркетинга
6. Сделка	Е. Потребность, подкрепленная покупательной способностью
7. Рынок	Ж. Акт получения от кого-либо желаемого объекта путем предложения чего-либо взамен

+ а) 1 – Г, 2 – В, 3 – Е; 4 – А, 5 – Ж, 6 – Б, 7 – Д;

– б) 1 – Б, 2 – А, 3 – Ж; 4 – В, 5 – Е, 6 – Д, 7 – Г;

– в) 1 – А, 2 – Д, 3 – В; 4 – Б, 5 – Ж, 6 – Г, 7 – Е.

14. Установите соответствие уровней товара:

Уровень товара	Характеристика
1. Товар по замыслу	А. Товар конкретен и имеет определенные характеристики, которые воспринимаются покупателем через набор отдельных свойств — качество, упаковка, внешнее оформление, марочное название
2. Товар в реальном исполнении	Б. Товар дополняется услугой — работой при его использовании потребителем
3. Товар с подкреплением	В. Все те возможные выгоды, которые покупатель может получить

- а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;
- + б) 1 – В, 2 – А, 3 – Б;
- в) 1 – Б, 2 – В, 3 – А.

#### Тема 7. Маркетинговые исследования рынка.

1. Первым этапом в процессе маркетинговых исследований является...

- а) выбор метода исследования;
- + б) постановка проблемы исследования;
- в) анализ полученной информации.

2. В состав макроуровня маркетинговой среды предприятия не входят.....

- а) экологические факторы;
- + б) поставщики ресурсов;
- в) уровень развития технологий.

3. К источникам первичной маркетинговой информации можно отнести .....

- + а) потребителей;
- б) внутренние документы;
- в) количественные исследования.

4. Некоммерческий характер передаваемой информации – отличительная черта такого элемента коммуникационной политики, как .....

- а) персональные продажи;
- б) стимулирование сбыта;
- + в) отношения с общественностью.

5. Что из нижеперечисленного входит в содержание маркетингового исследования фирмы, проводимого ею на рынке?

- + а) исследование покупательских предпочтений рынка;
- б) исследование существующих методов движения товаров на рынке;
- в) исследование емкости рынка.

6. Результаты маркетинговых исследований рынка фирма непосредственно использует:

- + а) при обосновании и разработке комплекса маркетинга;
- б) при оценке эффективности производственно-сбытовой деятельности;
- в) при разработке мер воздействия на макросреду фирмы.

7. Кабинетный метод исследования, основанный на обработке содержания большого массива информации, называется:

- а) информативно-целевым анализом;
- + б) контент-анализом;
- в) традиционным анализом.

8. Характерной чертой наблюдения как метода получения маркетинговой информации является:

- + а) пассивная регистрация событий;
- б) активное участие наблюдателя в изучаемом процессе;
- в) правильного ответа нет.

9. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения:

- а) лабораторную;
- б) кабинетную;
- + в) полевую.

10. К какому типу исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

- + а) кабинетные исследования;
- б) полевые исследования;
- в) не относится к исследованиям.

11. Маркетинговое исследование – это....

- а) получение разнообразной информации о производстве товаров, имеющих на рынке;



выявление неудовлетворенных потребностей с помощью продукта фирмы  
+ б) выявление неудовлетворенных потребностей с помощью продукта фирмы;  
- в) получение информации о состоянии рынка для определения доли фирмы относительно ее конкурентов.

12. Вторичные данные в маркетинге — это:

+ а) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями;  
- б) информация, полученная из посторонних источников;  
- в) перепроверенная информация.

13. К источникам получения первичных данных при маркетинговых исследованиях относят:

- а) интернет;  
- б) средства массовой информации;  
+ в) опрос.

14. Маркетинговое наблюдение, или разведка, представляет собой:

+ а) метод сбора маркетинговой информации;  
- б) источник внешней маркетинговой информации;  
- в) систему сбора и обработки внешней текущей информации.

15. Маркетинговое исследование — это:

- а) исследование маркетинга;  
+ б) сбор и анализ данных для обнаружения и решения разнообразных проблем фирмы, связанных с ее деятельностью на рынке;  
- в) исследование маркетинговых проблем фирмы.

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

+ а) эксперимент;  
- б) опрос;  
- в) наблюдение.

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

- а) объект отказывается от сотрудничества;  
- б) необходимо избежать субъективности оценок поведения;  
+ в) необходимо воспринимать неосознанное поведение людей.

18. Результаты маркетинговых исследований рынка фирма непосредственно использует:

+ а) при планировании своей деятельности как в текущем, так и в перспективном периоде;  
- б) при выборе рациональной системы организации производства товаров;  
- в) при обосновании и разработке комплекса маркетинга.

## Тема 8. Стратегия и тактика маркетинга.

1. Для анализа деятельности фирмы в разных стратегических зонах хозяйствования используется метод.....

- а) матрица БКГ (Бостонской консультативной группы);  
- б) матрица «Продукт - Рынок»;  
+ в) SWOT.

2. Если предприятие начинает постепенно снижать затраты на стимулирование продаж товара, то, исходя из концепции жизненного цикла, товар находится на стадии.....

- а) спада;  
- б) роста;  
+ в) зрелости.

3. Метод расчета цены на основе анализа безубыточности и получения целевой прибыли относят к группе методов ценообразования, ориентированных на .....

+ а) издержки;  
- б) конкурентов;  
- в) потребителей.

4. Если зафиксированная при заключении контракта цена может быть пересмотрена в случае изменения рыночной цены на данный товар к моменту его поставки, то такую цену называют.....

- + а) подвижной;
- б) скользящей;
- в) непостоянной.

5. Если предприятие имеет узкую номенклатуру продукции, которую продаёт малому количеству рыночных сегментов, то наиболее эффективна будет служба маркетинга, организованная по \_\_\_\_\_ принципу.

- а) региональному;
- б) матричному;
- + в) функциональному.

6. Процесс деления потребителей рынка на отдельные группы, каждая из которых обладает определенными общими свойствами и предъявляет специфический спрос на рынке, называется.....

- а) полевым исследованием;
- + б) сегментацией;
- в) позиционированием.

7. План маркетинга на \_\_\_\_\_ уровне предполагает разработку преимущественно конкретных оперативных маркетинговых мероприятий.

- а) дивизиональном;
- + б) инструментальном;
- в) корпоративном.

8. К признакам сегментации относится

- а) ёмкость сегмента;
- + б) уровень дохода потребителей;
- в) устойчивость сегмента.

9. Установите соответствие характеристик маркетинга:

Понятие	Характеристика
1. Стратегия маркетинга	А. Комплексное понятие, отражающее направленность маркетинговой деятельности
2. Тактика маркетинга	Б. Установление целей предприятия на целевом рынке или рыночном сегменте, выбор средств их достижения в рамках маркетингового периода
3. Качество маркетинга	В. Конкретные действия, направленные на реализацию маркетинговых мероприятий, определение последовательности маркетинговых операций

- + а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;
- б) 1 – Б, 2 – А, 3 – В;
- в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

10. Определите соответствие характеристик основных функций маркетинга:

Функции маркетинга	Характеристика
1. Аналитическая	А. Организация товародвижения, организация сервиса, формирование и стимулирование сбыта, формирование товарной политики, формирование ценовой политики, организация рекламы и т.д.
2. Производственная	Б. Организация информационного обеспечения, организация коммуникаций, стратегическое планирование, оперативное планирование, организация контроля маркетинговых мероприятий, оценка рисков и прибылей, оценка эффективности маркетинговых решений
3. Сбытовая	В. Изучение рынка, изучение конкурентов, анализ потребителей, изучение фирменной структуры и культуры, изучение товара, анализ окружающей среды и т.д.

4. Управленческая	Г. Планирование и разработка товаров рыночной новизны, управление качеством, управление конкурентоспособностью, организация материально-технического снабжения, организация производства.
-------------------	---

+ а) 1 – В, 2 – Г, 3 – А; 4 – Б;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– в) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В.

11. Установите соответствие стадий жизненного цикла товаров:

Стадия ЖЦТ	Характеристика
1. Этап исследования	А. Стадия насыщения, на которой сначала объем продаж существенно не изменяется, а затем резко сокращается по предсказуемым и непредсказуемым причинам: товар, не претерпевающий никаких изменений, надоедает потребителям или же исчезает потребность, которую он призван был удовлетворять
2. Этап внедрения	Б. Стадия развития продаж, на которой товар начинает приносить прибыль, быстро покрывает издержки и становится источником прибыли, хотя требует еще больших затрат на рекламную поддержку его продвижения на рынке
3. Этап роста	В. Товар имеет стабильный рынок, пользуется спросом и приносит регулярный доход, т.е. находится в самом прибыльном периоде, так как не требует затрат на продвижение на рынок, а только на рекламную поддержку его «известности»
4. Этап зрелости	Г. Изучение и апробация идеи разработки нового товара, а потом и самого товара
5. Этап спада	Д. Стадия выпуска товара на рынок, на которой выясняется, будет ли товар иметь успех. Прибыль на этой стадии невысока, так как значительные средства идут на амортизацию исследований, продвижение товара на рынок

– а) 1 – А, 2 – Д, 3 – В, 4 – Г, 5 – Б;

+ б) 1 – Г, 2 – Д, 3 – Б, 4 – В, 5 – А;

– в) 1 – Б, 2 – А, 3 – Г, 4 – В, 5 – Д.

12. Установите соответствие категорий товаров:

Категория товара	Характеристика
1. «Звезды»	А. Товары, переживающие период зрелости, в незначительной степени способствующие экономическому росту, не нуждающиеся в инвестициях, приносящие прибыль, которая используется на финансирование «трудных детей»
2. «Дойные коровы»	Б. Новые товары, нуждающиеся в рекламе, в продвижении на рынок, не приносят пока прибыли, но в будущем могут стать «звездами»
3. «Трудные дети»	В. Нежизнеспособные товары, тормозящие экономический рост, не приносящие прибыли
4. «Мертвый груз»	Г. Товары, приносящие основную прибыль предприятию и способствующие экономическому росту

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В; 4 – Г;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

+ в) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В.

13. Процесс преобразования маркетинговых стратегий в маркетинговые мероприятия по достижению стратегических маркетинговых целей называется...

– а) концепцией маркетинга

– б) планированием маркетинга

+ в) реализацией маркетинга

14. Миссия организации выражает ее:

- а) долгосрочные цели;
- б) средства достижения целей;
- + в) смысл существования, высшее предназначение.

15. Маркетинговую стратегию нужно изменять:

- + а) в зависимости от прогнозов изменения рыночной ситуации;
- б) в соответствии с изменениями цен на товары;
- в) если этого требуют конкретные потребители.

#### Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков по результатам выполнения тестовых заданий

Шкала оценивания	Критерии оценки
(3 балла)	81-100 % правильных ответов
(2 балла)	51-80 % правильных ответов
(1 балл)	31-50 % правильных ответов
(0 баллов)	0-30 % правильных ответов

Методические рекомендации обучающимся по выполнению тестовых заданий

Подготовка к контрольным мероприятиям требует от обучающегося не только повторения пройденного материала на аудиторных занятиях, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение. При подготовке к тестированию обучающимся необходимо повторить материал лекционных и практических (семинарских) занятий по отмеченным преподавателем темам.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне от 0-3. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество правильных ответов, которые дал студент на вопросы теста.

#### Темы докладов (сообщений)

Тема 5. Особенности управления предприятием в современных условиях и оценка эффективности управления деятельностью предприятий.

1. Цели и задачи управления предприятием в современных условиях.
2. Характеристика целей (SMART) и их постановка.
3. Эффективность достижения целей.
4. Особенности работы менеджера в кризисной ситуации.
5. Общее понятие эффективности менеджмента.
6. Общее понятие эффективности маркетинга.
7. Эффективность управления как результативность и как экономичность.
8. Показатели и критерии эффективности. Эффективность управления.
9. Роль менеджмента в обеспечении эффективности организации. Факторы эффективности менеджмента.
10. Удовлетворенность работой как критерий эффективности управления.
11. Адаптивность организации как критерий эффективности управления.
12. Порядок определения экономической эффективности возделывания сельскохозяйственных культур в растениеводстве (плодовых, овощных, декоративных, лекарственных культур и винограда).

Тема 7. Маркетинговые исследования рынка.

1. Конъюнктура рынка сельскохозяйственной продукции.
2. Исследование рынка агрохимикатов в Российской Федерации. Ситуация, перспективы развития.
3. Исследование рынка сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации. Ситуация, перспективы развития.
4. Разработка стратегии импортозамещения на региональных продовольственных рынках.

5. Актуальные направления диверсификации сельскохозяйственных предприятий в различных регионах.

6. Проблемы и перспективы интеграции сельскохозяйственных предприятий на региональном уровне.

Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков  
по результатам сделанных докладов (сообщений)

Шкала оценивания	Критерии оценки
«Отлично» (5 баллов)	Обозначена проблема и обоснована ее актуальность. Сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция. Выводы сформулированы. Тема раскрыта полностью. Работа выполнена творчески, самостоятельно. Соблюдены требования к оформлению работы. Представление доклада (сообщения) имело мультимедийное сопровождение. Даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«Хорошо» (4 балла)	Основные требования к докладу (сообщению) и его представлению в целом выполнены, но при этом допущены отдельные недочеты. Обозначена проблема и обоснована ее актуальность. Сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, однако не изложена собственная позиция. Выводы сформулированы. Работа выполнена самостоятельно. В целом соблюдены требования к оформлению работы. Представление доклада (сообщения) имело мультимедийное сопровождение. Даны неточные ответы на дополнительные вопросы.
«Удовлетворительно» (2 балла)	Имеются существенные отступления от требований к докладам (сообщениям). Тема освещена частично. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует логическая последовательность в суждениях. Допущены фактические ошибки в содержании доклада (сообщения) или при ответе на дополнительные вопросы. Отсутствуют выводы. Имеются недостатки в оформлении работы. Представление доклада (сообщения) было без мультимедийного сопровождения.
«Неудовлетворительно» (0-1 балла)	Тема доклада (сообщения) не раскрыта. Обнаруживается существенное непонимание проблемы. Работа выполнена несамостоятельно. Представление доклада (сообщения) было без мультимедийного сопровождения. Доклад не предоставлен.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке докладов (сообщений)

Требования, предъявляемые к элементам учебного курса, разработаны на основе требований, предъявляемых к учебно-методическим материалам. Рекомендуемый объем теоретического материала, приходящегося на одну тему - не более 2 стр. (шрифт Times New Roman, 12 кегль, однострочный интервал, отступ – 1,25 см; выравнивание текста – по ширине; размер полей: левое – 3 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, правое – 1,5 см.). Работа может быть выполнена и в рукописном варианте, но текст должен быть написан аккуратно, разборчиво, четким почерком, без сокращений слов и предложений.

Оценки за выполненное задание выставляются по результатам выступления с докладом (сообщением): «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка задания – анализа конкретной темы – осуществляется по следующим критериям (в скобках приведен коэффициент значимости критерия в итоговой оценке задания): 1. адекватность и содержательная сложность анализируемого материала (2); 2. глубина и полнота анализа, использование психологических теорий, терминов и фактов (1); 3. структурированность проведенного анализа (1); 4. ясность и четкость изложения (1).

**3 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕННЫХ КУРСОВЫХ РАБОТ,  
КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ, РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКИХ РАБОТ,  
РЕФЕРАТОВ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Не предусмотрены.

**4 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Типовые контрольные задания  
для оценки сформированности компетенций в результате изучения дисциплины

Код и наименование компетенции	№ вопроса / задания для проверки уровня обученности		
	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	1-50	51-65	66-80

**Вопросы / Задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ**

- К основным положениям школы научного управления можно отнести.....
  - + а) научный подход к подбору и обучению персонала и нормирование труда;
  - б) единство распорядительства и планирование;
  - в) усиление разработки социальных трудовых ресурсов и мотивация труда.
- Согласно теории управления универсальные принципы управления, применяемые к любому его объекту, разработала.....
  - а) школа научного управления;
  - б) школа науки управления (количественная);
  - + в) административная школа.
- К методам управления, базирующимся на материальных интересах людей, относятся \_\_\_\_\_ методы
  - + а) экономические;
  - б) социально-психологические;
  - в) административные.
- В большей мере соответствует пониманию менеджмента следующая парадигма управления.....
  - + а) функционирование и развитие социально-экономической системы (организации);
  - б) единство внешней и внутренней среды организации;
  - в) организация движения и обработки информации.
- Наиболее корректным определением цели управления является:
  - а) результат, на достижение которого направлено управление;
  - + б) видение будущего, которое желательно достичь;
  - в) финансово-экономическое положение организации, определяющее ее стабильность и устойчивость.
- Под процессом управления понимается .....
  - а) последовательность выполнения операций при разработке управленческого решения;
  - + б) совокупность последовательных действий субъекта управления, необходимых для осуществления воздействия на объект управления;
  - в) изменения, происходящие в организации в результате действий менеджера.
- Основными внутренними переменными организации, требующими внимания руководителя являются .....
  - + а) цели, задачи, структура, люди, технология;
  - б) цели, задачи, горизонтальное разделение труда, специализация, люди;
  - в) цели, задачи, технология, вертикальное разделение труда.

8. В теории управления основными факторами внешней среды косвенного воздействия являются:
- а) поведение потребителей;
  - б) инфраструктура отрасли;
  - + в) социально-политическая ситуация в мире.
9. Эффективность управления организацией наиболее точно отражает фактор .....
- а) получение лучшего финансового результата деятельности по сравнению с аналогичным периодом;
  - б) получение дополнительных конкурентных преимуществ на рынке;
  - + в) достижения поставленных целей в более короткие сроки с наименьшими затратами.
10. Функция \_\_\_\_\_ состоит в количественной и качественной оценке и корректировке результатов работы организации.....
- а) координации;
  - б) мотивации;
  - + в) контроля.
11. Примером применения административного метода управления является ситуация, когда .....
- + а) разработано положение общеорганизационного порядка;
  - б) внедрена система автоматизированного учета затрат;
  - в) разработан план социального развития коллектива.
12. Согласно теории управления соотношение результата и обуславливающих его затрат определяет суть понятия .....
- + а) эффективность;
  - б) качество;
  - в) эффект.
13. \_\_\_\_\_ - это критерий эффективности работы организации, отражающий степень достижения поставленных целей.
- + а) результативность;
  - б) экономичность;
  - в) производительность.
14. К общим функциям управления из перечисленных относится .....
- а) принятие решений;
  - + б) планирование;
  - в) инновация.
15. Под \_\_\_\_\_ понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих управление и развитие организации.
- а) организационная культура;
  - + б) организационная структура управления;
  - в) система управления.
16. Функция \_\_\_\_\_ - процесса сопряжения целей предприятия и целей работников для наиболее полного удовлетворения потребностей обеих.
- + а) мотивирования;
  - б) организации;
  - в) координирования.
17. Тот факт, что коммуникация служит элементом системы управления обусловлен способностью организаций.....
- а) определять состояние системы управления;
  - б) оказывать влияние на поведение членов организации;
  - + в) получать или представлять информацию о развитии организации.
18. Главная задача функции \_\_\_\_\_ обеспечение взаимодействия и согласованности в работе всех звеньев предприятия путем установления рациональных коммуникаций между ними.
- а) контроля;
  - + б) координации;
  - в) организации.
19. Системный подход к управлению организацией предполагает.....

- а) непрерывное обновление и совершенствование методов управления с ориентацией на существующие условия внешней среды;
  - + б) комплексное рассмотрение проблем в деятельности организации, их структуризацию, установление взаимосвязей;
  - в) ориентация на получение максимальной прибыли в краткосрочный период.
20. Увеличение количества элементов и уровней в структуре управления организацией неизбежно приводит к.....
- + а) многократному росту числа связей и сложности связей;
  - б) потере связей;
  - в) нарушению связей.
21. Линейные связи отражают движение управленческих решений между лицами, полностью отвечающими за.....
- + а) деятельность организации в целом и ее структурных подразделений;
  - б) деятельность целевых групп;
  - в) деятельность команд.
22. Организационное построение фирмы определяет.....
- а) управленческие коммуникации;
  - + б) состав фирмы и систему подчинения в общей иерархии управления;
  - в) подбор кадров.
23. Структуры управления, при которых централизовано планирование и распределение основных ресурсов, а подразделения, дифференцируемые по территориальному или продуктовому признаку, принимают оперативные решения и ответственны за получение прибыли, называются.....
- а) матричными;
  - б) функциональными;
  - + в) дивизиональными.
24. Организационная структура, сформированная на временной основе в целях обеспечения выполнения конкретного задания, программы, объема работ, называется.....
- а) продуктовая;
  - б) бригадная;
  - + в) проектная.
25. К функциям оперативного управления относят следующие:
- а) прогнозирование, планирование, контроль, мотивация;
  - б) планирование, организация, мотивация, контроль;
  - + в) организация, мотивация, коммуникация, принятие решений.
26. В чем заключается главная миссия предприятия .....
- + а) произвести продукцию или услуги, необходимые потребителями;
  - б) получить прибыль;
  - в) выполнять законы, нормы и правила.
27. Какой метод управления персоналом отличается прямым характером воздействия:
- а) экономические;
  - + б) административные;
  - в) социально-психологические.
28. Основой для выработки и принятия решения по стимулированию труда персонала является:
- а) оценка личных и деловых качеств;
  - + б) оценка результатов труда;
  - в) комплексная оценка качества работы.
29. Укажите, в какой форме осуществляется систематическое делегирование линейных полномочий в организации:
- + а) в системе должностных инструкций и положений о службах организации;
  - б) в принятой производственной структуре;
  - в) в положениях о стимулировании и оплате труда.
30. Стиль управления, основанный на участии работников в управлении, называется:
- а) авторитарный;
  - + б) демократический;



– в) либеральный.

31. Социально-психологическая атмосфера в группе проявляется .....

+ а) в характере отношений между людьми;

– б) в количестве и остроте конфликтов;

– в) в конкретных результатах работы.

32. Стиль руководства в контексте управления - это привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить их к достижению целей организации. Лучше всего использовать властные механизмы для .....

– а) укрепления дружеских чувств между сотрудниками;

+ б) изменения некоторых форм поведения сотрудников;

– в) гармонии между начальником и подчиненным.

33. В поведении организации неформальному лидерству принадлежит следующая роль:

+ а) сплочивает, интегрирует коллектив;

– б) разряжает конфликтные ситуации;

– в) определяет поведение организации.

34. Продлению жизненного цикла товара не способствует (укажите лишнее):

расширение объема продаж

- а) разработка новых сфер применения и модификаций товара;

- б) выявление новых групп потребителей и повышение адресности продукции;

+ в) расширение объема продаж.

35. Глубина товарного ассортимента определяется:

+ а) числом ассортиментных позиций;

- б) общей численностью номенклатуры продуктов;

- в) интегральным показателем качества.

36. В комплекс маркетинговых коммуникаций фирмы входит:

постоянная работа с покупателями с целью их убеждения в необходимости приобретения товара

- а) формирование доверия покупателей к фирме и ее товарам;

- б) поиск возможностей увеличения объема продаж товара за счет повышения его качества;

- в) разработка мероприятий по продвижению товара на рынок;

+ г) постоянная работа с покупателями с целью их убеждения в необходимости приобретения товара.

37. К основным этапам разработки ценовой стратегии фирмы не относят (укажите лишнее):

+ а) анализ ёмкости рынка;

- б) оценку издержек;

- в) анализ спроса;

- г) выявление внешних факторов ценообразования.

38. Какая стратегия ценовой конкуренции максимально надежна:

- а) минимизация издержек;

- б) гибкая цена;

+ в) среднерыночная цена.

39. В каких случаях говорится об эластичном спросе по цене?

+ а) если объем продажи товара изменяется значительно при незначительном изменении цены;

- б) если объем продажи товара не меняется при изменении цены на него;

- в) если объем продажи товара изменяется пропорционально изменению цены на него.

40. Стимулирующее ценообразование — это:

- а) сервис при продаже;

+ б) торговые скидки;

- в) лидерство в качестве.

41. Ценовая политика фирм — это ....

- а) ценностный подход к ценообразованию;

+ б) общие принципы, которых придерживается фирма в сфере цен на свои товары;

- в) набор методов и правил установления цены.

42. Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой?

+ а) ролью цены в конкуренции за объемы сбыта;

- б) уровнем коэффициента эластичности предложения по цене;
  - в) тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода.
43. Что из нижеперечисленного определяет максимальную цену на товар?
- а) наибольшая величина полных затрат фирмы на производство и реализацию товара;
  - б) цены конкурентов на аналогичный товар;
  - + в) величина спроса на товар;
  - г) стремление покупателей приобретать товар данной фирмы.
44. Если коэффициент ценовой эластичности спроса равен минус трем, то это означает, что:
- + а) спрос весьма эластичен;
  - б) спрос весьма неэластичен;
  - в) спрос эластичнее, чем при коэффициенте, равном плюс три.
45. Каналом прямого маркетинга не является (укажите лишнее):
- а) торговля через магазины, принадлежащие производителю;
  - б) почасовая торговля;
  - в) Internet — бизнес;
  - + г) торговля со склада дистрибьютора.
46. Период медленного роста сбыта по мере выхода товара на рынок называется:
- + а) этапом внедрения;
  - б) этапом роста;
  - в) этапом падения;
  - г) этапом насыщения.
47. Сбыт в маркетинге — это:
- а) отношения, существующие на рынке по поводу купли-продажи товаров или услуг;
  - + б) совокупность операций с момента отгрузки со складов производителя до передачи изделия потребителю;
  - в) общение продавца с покупателем;
  - г) верны все предыдущие ответы.
48. Сбытовая политика, проводимая фирмой-производителем товаров на рынке, представляет собой:
- а) программу сбытовой деятельности фирмы по реализации своих товаров;
  - б) систему продажи товаров на рынке;
  - в) совокупность видов деятельности, предназначенных для сбыта товаров;
  - + г) организацию каналов товародвижения в соответствии с поставленными целями деятельности на рынке.
49. К методам прямой продажи не относят (укажите лишнее):
- + а) вручение сувениров с фирменной символикой;
  - б) интернет — коммерция;
  - в) персональная продажа;
  - г) телефонный маркетинг.
50. Концепция \_\_\_\_\_ основана на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются.
- а) просвещенного маркетинга;
  - б) социально-этичного маркетинга;
  - + в) совершенствования товара;
  - г) интенсификации коммерческих усилий.

### Вопросы / Задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ

51. К терминам из левой колонки найдите соответствующие определения в правой колонке:

Термин	Определение
1. Социальный маркетинг	А. Деятельность по всестороннему анализу возможностей предприятия со стороны производства и рынка, способная обеспечить настоящий коммерческий успех
2. Маркетинг	Б Деятельность, связанная с реализацией произведенной продукции
3. Интегрированный маркетинг	В. Использование техники маркетинга в некоммерческих целях

4. Сбыт	Г. Комплексная система организации производства и сбыта, ориентированная на возможно более полное удовлетворение потребностей покупателей
---------	---

– а) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– б) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В;

+ в) 1 – В, 2 – Г, 3 – А; 4 – Б.

52. Установите соответствие между понятиями и их содержанием:

Понятие	Содержание
1. Товарная единица	А. Все виды зубной пасты, которые продаются в данном магазине
2. Товарный ассортимент	Б. Все виды товаров, которые продаются в данном магазине
3. Товарная номенклатура	В. Тюбик зубной пасты

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – А, 3 – В;

+ в) 1 – В, 2 – Б, 3 – А.

53. Установить соответствие между понятиями и содержанием роли руководителя в соответствии с теорией Г. Минцберга:

Понятие	Содержание
1. Главный руководитель	А. Обеспечивает работу саморазвивающейся сети внешних контактов и источников информации, которые предоставляют информацию и оказывают услуги
2. Лидер	Б. Ответственный за мотивацию и активизацию подчиненных, набор и подготовку работников
3. Связующее звено	В. Символический глава, в обязанности которого входит выполнение обязанностей правового или социального характера

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

54. Установить соответствие между понятиями и содержанием уровней управления:

Понятие	Содержание
1. Высший уровень управления	А. Призван обеспечить эффективность функционирования и развития фирмы путем координации деятельности всех подразделений
2. Средний уровень управления	Б. Сосредоточен на оперативном решении задач по организации хозяйственной деятельности в рамках отдельных структурных подразделений
3. Низовой уровень управления	В. Ориентирован на разработку стратегических направлений и целей развития, координацию деятельности в глобальном масштабе, принятие важнейших производственно-хозяйственных и технических решений, управление прибылью

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

55. Установить соответствие между понятиями и содержанием способа принятия управленческих решений в зависимости от того, на что ориентировано лицо, принимающее решение:

Понятие	Содержание
1. Рациональный	А. Когда весь процесс обоснования решения нацелен на максимальный результат
2. Административный	Б. Когда в рамках полномочий руководителя принимается решение, удовлетворяющее минимальным требованиям
3. Интуитивный	В. Когда при принятии решений руководствуются аналогиями, словесными концептуальными ассоциациями, предвидением

+ а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

56. Установить соответствие между понятиями и содержанием видов мотивации персонала:

Понятие	Содержание
1. Креативная мотивация	А. Означает работу по приказам, командам, т. е. по прямому принуждению
2. Статусная мотивация	Б. Соответствует потребности персонала в творчестве, создании нового во всех сферах деятельности
3. Административная мотивация	В. Отражает потребности в карьерном росте, лидерстве, а также в признании коллег за достижения в науке, изобретательстве и других сферах

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

57. Установить соответствие между понятиями и содержанием качеств менеджера:

Понятие	Содержание
1. Личные качества	А. В области, имеющей непосредственное отношение к управлению организацией (концептуальные знания в области менеджмента), а также знание других научных дисциплин (социальной психологии, правоведения и др.) плюс специфики отрасли, в которой функционирует организация.
2. Этические нормы	Б. Высокий уровень эрудиции, инициативность, нестандартное мышление, умение расположить к себе, решительность и настойчивость в достижении цели, умение выполнять обязательства и обещания, твердость характера, справедливость, тактичность, опрятность и аккуратность, чувство юмора и др.
3. Профессиональные знания	В. Прежде всего это соблюдение норм деловой этики, то есть этические нормы поведения менеджера в условиях рыночной экономики, его нравственные принципы и идеалы.

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

58. Установите соответствие характеристик маркетинга:

Понятие	Характеристика
1. Стратегия маркетинга	А. Комплексное понятие, отражающее направленность маркетинговой деятельности
2. Тактика маркетинга	Б. Установление целей предприятия на целевом рынке или рыночном сегменте, выбор средств их достижения в рамках маркетингового периода
3. Качество маркетинга	В. Конкретные действия, направленные на реализацию маркетинговых мероприятий, определение последовательности маркетинговых операций

+ а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – А, 3 – В;

– в) 1 – В, 2 – А, 3 – Б.

59. Определите соответствие характеристик микросреды маркетинга:

Факторы микросреды	Характеристика
5. Потребители	А. Субъекты рынка, выступающие в качестве соперников по отношению к другим предпринимательским структурам
6. Поставщики	Б. Субъекты рынка, помогающие организации продвигать, достав-

	лять и продавать товары
7. Посредники	В. Субъекты рынка, обеспечивающие организаций-партнеров и других кампаний, материальными ресурсами
8. Конкуренты	Г. Отдельные физические и юридические лица готовые приобрести товары и услуги, находящиеся на рынке

– а) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– б) 1 – А, 2 – Г, 3 – Б; 4 – В.

+ в) 1 – Г, 2 – В, 3 – Б; 4 – А.

60. Установите соответствие между элементами системы организационных способов мотивации и их содержанием:

Мотивация	Содержание
1. Мотивация целями	А. Пробуждение в сотруднике сознания того, что достижение целей принесет всему коллективу организации или подразделения определенные блага
2. Мотивация участием в делах организации	Б. Предоставление работникам более содержательной, важной, интересной, социально значимой работы
3. Мотивация обогащением труда	В. Предоставление работникам права голоса при решении ряда проблем, прежде всего, социального характера

– а) 1 – В, 2 – Б, 3 – А;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – А, 2 – В, 3 – Б.

61. Определите соответствие основных рабочих понятий маркетинга:

Рабочие понятия маркетинга	Характеристика
5. Нужда	А. Продукт труда, созданный для продажи
6. Потребность	Б. Коммерческий обмен ценностями на рынке между двумя сторонами
7. Запрос	В. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем развития общества и личностью индивида
8. Товар	Г. Чувство, ощущаемой нехватки чего-либо
5. Обмен	Д. Место, где встречаются спрос и предложение, покупатель и продавец, где товары обмениваются на деньги и проявляется конечный результат маркетинга
6. Сделка	Е. Потребность, подкрепленная покупательной способностью
7. Рынок	Ж. Акт получения от кого-либо желаемого объекта путем предложения чего-либо взамен

+ а) 1 – Г, 2 – В, 3 – Е; 4 – А, 5 – Ж, 6 – Б, 7 – Д;

– б) 1 – Б, 2 – А, 3 – Ж; 4 – В, 5 – Е, 6 – Д, 7 – Г;

– в) 1 – А, 2 – Д, 3 – В; 4 – Б, 5 – Ж, 6 – Г, 7 – Е.

62. Установите соответствие между этапом развития коллектива и его характеристикой:

Этап развития	Характеристика
1. Притирка	А. Коллектив начинает обсуждать, как достичь согласия, и пробует улучшить взаимоотношения
2. «Дворцовый» переворот	Б. Люди смотрят друг на друга и пытаются определить, насколько глубоко им хочется во все вникнуть
3. Результативность	В. Перед коллективом встает вопрос, как использовать имеющиеся способности и ресурсы

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – В, 2 – Б, 3 – А;

+ в) 1 – Б, 2 – А, 3 – В.

63. Определите соответствие характеристик основных функций маркетинга:

Функции маркетинга	Характеристика
1. Аналитическая	А. Организация товародвижения, организация сервиса, формирование и стимулирование сбыта, формирование товарной политики, формирование ценовой политики, организация рекламы и т.д.
2. Производственная	Б. Организация информационного обеспечения, организация коммуникаций, стратегическое планирование, оперативное планирование, организация контроля маркетинговых мероприятий, оценка рисков и прибылей, оценка эффективности маркетинговых решений
3. Сбытовая	В. Изучение рынка, изучение конкурентов, анализ потребителей, изучение фирменной структуры и культуры, изучение товара, анализ окружающей среды и т.д.
4. Управленческая	Г. Планирование и разработка товаров рыночной новизны, управление качеством, управление конкурентоспособностью, организация материально-технического снабжения, организация производства.

+ а) 1 – В, 2 – Г, 3 – А; 4 – Б;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;

– в) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В.

64. Установите соответствие между группой мотивационных побуждений и ее характеристикой.

Побуждение	Характеристика
1. Мотивация к достижениям	А. Стремление некоторых индивидов к установлению социальных связей с другими людьми
2. Мотивация принадлежности к группе	Б. Стремление быть лучшим в чем-либо, ориентация на высокие результаты и качество
3. Мотивация компетентности	В. Побуждение некоторых индивидов к достижению определенных целей, решению поставленных задач и продвижению вверх по лестнице успеха

+ а) 1 – В, 2 – А, 3 – Б;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – А, 2 – Б, 3 – В.

65. Установите соответствие между видом власти и его характеристикой.

Вид власти	Характеристика
1. Экспертная власть	А. Власть, основанная на убеждении подчиненного в том, что менеджер сможет помешать удовлетворению его насущной потребности
2. Эталонная власть	Б. Власть, основанная на признании и последующем обожании менеджера последователями
3. Власть, основанная на признании	В. Власть, основанная на признании окружающими наличия у индивида профессиональной компетентности и недоступных им специальных знаний

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

+ в) 1 – В, 2 – Б, 3 – А.

**Вопросы / Задания для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ**

66. Установите соответствие между характеристикой делового стиля и его видом.

Деловой стиль	Характеристика
1. Проблемно-целевой	А. Характеризуется поддержанием дистанции и подчеркиванием превосходства

2. Демократический	Б. Предусматривающий равноправие участников и неформальное общение
3. Авторитарный	В. Характер общения определяется конкретной сложившейся ситуацией

+ а) 1 – В, 2 – Б, 3 – А;

– б) 1 – Б, 2 – В, 3 – А;

– в) 1 – А, 2 – Б, 3 – В.

67. Установите соответствие уровней товара:

Уровень товара	Характеристика
1. Товар по замыслу	А. Товар конкретен и имеет определенные характеристики, которые воспринимаются покупателем через набор отдельных свойств — качество, упаковка, внешнее оформление, марочное название
2. Товар в реальном исполнении	Б. Товар дополняется услугой — работой при его использовании потребителем
3. Товар с подкреплением	В. Все те возможные выгоды, которые покупатель может получить от приобретения данного товара

– а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В;

+ б) 1 – В, 2 – А, 3 – Б;

– в) 1 – Б, 2 – В, 3 – А.

68. Установите соответствие стадий жизненного цикла товаров:

Стадия ЖЦТ	Характеристика
1. Этап исследования	А. Стадия насыщения, на которой сначала объем продаж существенно не изменяется, а затем резко сокращается по предсказуемым и непредсказуемым причинам: товар, не претерпевающий никаких изменений, надоедает потребителям или же исчезает потребность, которую он призван был удовлетворять
2. Этап внедрения	Б. Стадия развития продаж, на которой товар начинает приносить прибыль, быстро покрывает издержки и становится источником прибыли, хотя требует еще больших затрат на рекламную поддержку его продвижения на рынке
3. Этап роста	В. Товар имеет стабильный рынок, пользуется спросом и приносит регулярный доход, т.е. находится в самом прибыльном периоде, так как не требует затрат на продвижение на рынок, а только на рекламную поддержку его «известности»
4. Этап зрелости	Г. Изучение и апробация идеи разработки нового товара, а потом и самого товара
5. Этап спада	Д. Стадия выпуска товара на рынок, на которой выясняется, будет ли товар иметь успех. Прибыль на этой стадии невысока, так как значительные средства идут на амортизацию исследований, продвижение товара на рынок

– а) 1 – А, 2 – Д, 3 – В, 4 – Г, 5 – Б;

+ б) 1 – Г, 2 – Д, 3 – Б, 4 – В, 5 – А;

– в) 1 – Б, 2 – А, 3 – Г, 4 – В, 5 – Д.

69. Установите соответствие категорий товаров:

Категория товара	Характеристика
1. «Звезды»	А. Товары, переживающие период зрелости, в незначительной степени способствующие экономическому росту, не нуждающиеся в инвестициях, приносящие прибыль, которая используется на финансирование «трудных детей»
2. «Дойные коровы»	Б. Новые товары, нуждающиеся в рекламе, в продвижении на рынок, не приносят пока прибыли, но в будущем могут стать «звездами»

3. «Трудные дети»	В. Нежизнеспособные товары, тормозящие экономический рост, не приносящие прибыли
4. «Мертвый груз»	Г. Товары, приносящие основную прибыль предприятию и способствующие экономическому росту

- а) 1 – А, 2 – Б, 3 – В; 4 – Г;
- б) 1 – Б, 2 – В, 3 – Г; 4 – А;
- + в) 1 – Г, 2 – А, 3 – Б; 4 – В.

70. Установите последовательность действий, выполняемых менеджерами на этапе анализа ситуации в ходе разработки управленческого решения: сбор и обработка информации о состоянии внешней и внутренней среды (1), фиксация сигнала об отклонении в функционировании системы (2), выявление проблемы, требующей решения (3), классификация и анализ информации (4).

- а) 4 – 1 – 3 – 2;
- б) 1 – 2 – 3 – 4;
- + в) 2 – 1 – 4 – 3.

71. Установите правильную последовательность этапов модели конфликта как процесса: инцидент (1), конфликтная ситуация (2), реакция на конфликтную ситуацию (3), управление конфликтом (4), возможность разрастания конфликта (5).

- а) 4 – 1 – 3 – 2 – 5;
- + б) 2 – 1 – 5 – 3 – 4;
- в) 1 – 2 – 4 – 5 – 3.

72. Установите правильную последовательность действий руководителя при разрешении конфликта: анализ конфликта (1), ограничение числа участников конфликта (2), изучение причин возникновения конфликта (3), разрешение конфликта (4).

- а) 4 – 1 – 3 – 2;
- б) 1 – 2 – 3 – 4;
- + в) 3 – 2 – 1 – 4.

73. Установите правильную последовательность основных стадий стандартного переговорного процесса при разрешении конфликтов: анализ результатов (1), выработка общей концепции переговоров (2), осуществление самих переговоров (3), подготовка вариантов конкретных решений (4), создание необходимых организационных условий (5).

- а) 4 – 1 – 3 – 2 – 5;
- + б) 2 – 4 – 5 – 3 – 1;
- в) 1 – 2 – 4 – 5 – 3.

74. Если по итогам года чистая прибыль предприятия составила 1200 тыс. руб., затраты на управление составили 2000 тыс. руб., а выручка от реализации продукции составила 45000 тыс. руб., то коэффициент экономической эффективности аппарата управления будет равен.....

- + а) 0,6;
- б) 0,025;
- в) 0,027.

75. Если по итогам отчетного года чистая прибыль предприятия составила 18000 тыс. руб., стоимость выпущенной продукции составила 143500 тыс. руб., а численность работников, занятых на предприятии, составила 120 чел., то показатель производительности труда в тыс. руб./чел. будет равен .....

- а) 1345,8;
- б) 150;
- + в) 1195,8.



76.Преобразование деятельности ЗАО «Агропродукт» позволит фирме привлечь новых клиентов и увеличить объем продаж на 10 %, достичь экономии затрат по финансированию своей деятельности в размере 1,2 млн. рублей в год при затратах на реализацию проекта – 700 тыс. рублей.

К фактам, подтверждающим экономическую эффективность внедренных руководством фирмы «Агропродукт» управленческих решений, следует отнести ...

- А) затраты на проведение преобразований в сумме 700 тыс. рублей
- + Б) годовую экономию в размере 1,2 млн. рублей
- В) оптимизацию числа торговых точек фирмы
- + Г) рост объема продаж на 10 %

77.Преобразование деятельности ЗАО «Луч» позволит фирме привлечь новых клиентов и увеличить объем продаж на 12 %, достичь экономии затрат по финансированию своей деятельности в размере 0,9 млн. рублей в год при затратах на реализацию проекта – 700 тыс. рублей.

К фактам, подтверждающим экономическую эффективность внедренных руководством фирмы «Луч» управленческих решений, следует отнести ...

- А) затраты на проведение преобразований в сумме 700 тыс. рублей
- + Б) увеличение заключенных с клиентами договоров на поставку продукции в 1,5 раза
- В) оптимизацию числа торговых точек фирмы
- + Г) рост объема продаж на 12 %

78.Преобразование деятельности ЗАО «Авангард» позволит фирме привлечь новых клиентов и увеличить объем продаж на 12 %, достичь экономии затрат по финансированию своей деятельности в размере 1,1 млн. рублей в год при затратах на реализацию проекта – 860 тыс. рублей.

Оценка эффективности определяет оптимальный вариант проекта, реализуемого менеджером и обеспечивающего получение...

- + А) максимального эффекта при минимальных затратах
- Б) максимального эффекта при максимальных затратах
- В) минимального эффекта при минимальных затратах
- Г) минимального эффекта при максимальных затратах

79.По итогам проведения диагностики достигнутых результатов компании «Волга» был разработан проект перехода от организации производственной деятельности в 1 смену к полноценной загрузке производственных фондов в 2 смены. Такой переход позволял компании в ближайшие сроки выйти на получение прибыли, обеспечить выполнение всех имеющихся заказов и соблюдения все обязательства по погашению кредитов, взятых на цели перевооружения производства. По данным проекта затраты на переход с односменного производства на двухсменное составят 4 млн. рублей. Произведенная оптимизация позволит увеличить производственную мощность в 2,5 раза, в результате чего объем производства может быть увеличен в 1,75 раза, производительность труда вырастет в 1,3 раза, и в первом отчетном периоде организация по прогнозным расчетам должна выйти на прибыль в 1,5 млн. рублей.

Экономическая эффективность управленческого решения руководства компании «Волга» равна \_\_\_\_\_%.

- А) 40,0 %
- + Б) 37,5 %
- В) 43,5 %
- Г) 27,7 %

80.По итогам проведения диагностики достигнутых результатов компании «Волга» был разработан проект перехода от организации производственной деятельности в 1 смену к полноценной загрузке производственных фондов в 2 смены. Такой переход позволял компании в ближайшие сроки выйти на получение прибыли, обеспечить выполнение всех имеющихся заказов и соблюдения все обязательства по погашению кредитов, взятых на цели перевооружения производства. По данным проекта затраты на переход с односменного производства на двухсменное составят 1,5 млн. рублей. Произведенная оптимизация позволит увеличить производственную мощность в 1,5 раза, в результате чего объем производства может быть увеличен в 1,35 раза, производительность труда вырастет в 1,2 раза, и в первом отчетном периоде организация по прогнозным расчетам должна выйти на прибыль в 1,0 млн. рублей.

Общими показателями экономического эффекта мероприятий по совершенствованию организации труда являются ...

- + А) рост производительности труда
- Б) объем производства
- В) затраты на реализацию мероприятий
- + Г) рост прибыли

81.

Показатели	Величина показателя
Объем произведенной продукции, тыс. руб.	30000
Себестоимость производства и реализации продукции, тыс. руб.	24000
Затраты на управление, тыс. руб.	5000
Численность работников, занятых на предприятии, чел.	150

Определите показатель производительности труда работников фирмы «ЭкоСтрой»

- А) 300 тыс.руб.
- + Б) 200 тыс.руб.
- В) 340 тыс.руб.
- Г) 277 тыс.руб.

82.

Показатели	Величина показателя
Объем произведенной продукции, тыс. руб.	30000
Себестоимость производства и реализации продукции, тыс. руб.	24000
Затраты на управление, тыс. руб.	5000
Численность работников, занятых на предприятии, чел.	150

Определите размер прибыли, фирмы «ЭкоСтрой», при условии, что предприятие реализует 100% произведенной продукции.

- А) 4000 тыс.руб.
- + Б) 1000 тыс.руб.
- В) 1500 тыс.руб.
- Г) 6000 тыс.руб.

#### Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков, приобретенных в результате изучения дисциплины

Шкала оценивания	Критерии оценки
На зачете	
«Зачтено» (от 61 до 100 баллов)	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов. Студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний. В ответе используется дополнительный материал. Все предусмотренные программой задания выполнены. Это подтверждает высокий (продвинутый) уровень достижения планируемых результатов обучения по дисциплине. Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи по количеству набранных баллов в течение семестра (47 баллов), систематическая активная работа на лабораторных занятиях.
«Не зачтено» (менее 61 балла)	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не справился с 50 % вопросов и заданий билета, в ответах на другие вопросы допустил существенные ошибки. Студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному. Это подтверждает

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к промежуточной аттестации:

При подготовке к промежуточной аттестации обучающимся необходимо повторить материал лекционных и практических (семинарских) занятий по отмеченным всем темам. Подготовка к экзамену требует от обучающегося не только повторения пройденного материала на аудиторных занятиях, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение. Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:  $B = V/O \times 100\%$ , где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования; В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста; О – общее количество вопросов в тесте.

Баллы, полученные за прохождение теста складываются с баллами, набранными студентами за семестр.

## 5 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### Тестовые задания для проверки остаточных знаний по дисциплине

1. «Маркетинг» и «сбыт» — понятия:
  - а) противоположные;
  - б) равнозначные;
  - + в) близкие по содержанию.
2. Составные элементы стратегической программы маркетинга:
  - + а) все ответы верные;
  - б) товарная политика;
  - в) ценовая политика;
  - г) политика сбыта и стимулирования сбыта.
3. Размер организации обычно определяется .....
  - а) числом видов выпускаемой продукции;
  - + б) числом работающих в ней людей;
  - в) размером уставного капитала.
4. Менеджмент – это:
  - а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства;
  - б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации;
  - + в) деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений.
5. Цели не должны быть:
  - а) достижимыми;
  - б) гибкими;
  - + в) несовместимыми.
6. Цель, ради которой потребитель совершает покупку:
  - + а) продукт по замыслу;
  - б) продукт в полном смысле;
  - в) фактический продукт.
7. К рыночным факторам внешней среды относятся:
  - + а) распределение доходов населения;
  - б) защита против иностранных конкурентов;
  - в) отношение к предпринимательству.
8. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:
  - + а) потребители, конкуренты, законы;

- б) цели, задачи;
- в) персонал, технологии, структура управления.

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

- а) объединение людей для выполнения определенных работ;
- + б) сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели;
- в) группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей;

10. К внутренней среде организации относятся:

- а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
- б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
- + в) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль.

11. Внутриорганизационные процессы не включают:

- а) структуру, технологию, кадры;
- б) коммуникацию, координацию, принятие управленческих решений
- + в) личные цели сотрудников.

12. Главной задачей менеджера является:

- а) организация труда персонала;
- + б) получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов;
- в) налаживание системы внутрифирменных коммуникаций.

13. К основным характеристикам внешней среды организации относят...

- а) определенность и предсказуемость;
- б) сложность, подвижность, определенность;
- + в) взаимосвязанность факторов, сложность и неопределенность.

14. Согласно теории управления менеджер не может оказывать непосредственное влияние на следующие факторы ...

- а) структура организации;
- б) цели организации;
- + в) средства массовой информации.

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

- + а) линейные полномочия;
- б) оперативное управление;
- в) штабные полномочия.

16. Назовите общие функции менеджмента:

- а) планирование, контроль, анализ, организация, мотивация;
- + б) планирование, контроль, координация, организация, мотивация;
- в) планирование, контроль, анализ, организация, мотивация, регулирование.

17. Назовите особенности управленческого труда:

- + ) необходимость принятия большого количества решений за короткий период;
- ) труд подается количественному учету;
- в) выполнение в течение рабочего дня определенного набора операций, работа имеет четкое завершение.

18. Сущность маркетинга состоит в том, чтобы.....

- а) найти рынки сбыта товаров и услуг;
- б) выявить потребителей товаров и услуг;
- в) создать преимущество над конкурентами в реализации товаров;
- + г) найти потребность и удовлетворить ее.

19. Согласно теории управления универсальные принципы управления, применяемые к любому его объекту, разработала.....

- а) школа научного управления;

– б) школа науки управления (количественная);

+ в) административная школа.

20. К особенности российской модели менеджмента относится .....

+ а) ограниченная роль трудового коллектива в управлении;

– б) всеобщее участие в конечном результате;

– в) гарантия занятости и создание обстановки доверительности.

21. К методам управления, базирующимся на материальных интересах людей, относятся \_\_\_\_\_ методы:

+ а) экономические;

– б) социально-психологические;

– в) административные.

22. Под процессом управления понимается .....

– а) последовательность выполнения операций при разработке управленческого решения;

+ б) совокупность последовательных действий субъекта управления, необходимых для осуществления воздействия на объект управления;

– в) изменения, происходящие в организации в результате действий менеджера.

23. Эффективность управления организацией в теории менеджмента наиболее точно отражает фактор -

– а) получение лучшего финансового результата деятельности по сравнению с аналогичным периодом;

– б) получение дополнительных конкурентных преимуществ на рынке;

+ в) достижения поставленных целей в более короткие сроки с наименьшими затратами.

24. Функция \_\_\_\_\_ состоит в количественной и качественной оценке и корректировке результатов работы организации.....

– а) координации;

– б) мотивации;

+ в) контроля.

25. Для чего фирма должна заниматься маркетингом? Для того, чтобы:

+ а) выяснить, как лучше всего удовлетворить имеющийся на рынке спрос;

– б) продать на рынке произведенный ею товар;

– в) знать, кому и сколько товара требуется.

26. Если руководство фирмы не будет уделять серьезного внимания маркетингу, то какие негативные последствия это будет иметь для фирмы?

товары фирмы не будут находить своих покупателей на рынке

– а) товары фирмы будут становиться все более дорогими;

– б) товары фирмы не будут привлекать внимания рынка, несмотря на высокое качество и доступные цены;

+ в) товары фирмы не будут находить своих покупателей на рынке.

27. Увеличение количества элементов и уровней в структуре управления организацией неизбежно приводит к.....

+ а) многократному росту числа связей и сложности связей;

– б) потере связей;

– в) нарушению связей.

28. Товар в маркетинге — это:

– а) любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;

+ б) продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;

– в) продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.

29. В фазе спада жизненного цикла продукта следует:

+ а) сужать ассортимент данной товарной группы;

– б) стимулировать сбыт;

– в) привлекать добавочные средства в продвижении товара.

30. Потребности не входящие в Пирамиду потребностей по Маслоу:

- а) самовыражения;
- б) безопасности;
- + в) власти.

31. Наиболее важными в формировании необходимого качества управленческого решения являются следующие факторы:

- а) объем информации, профессионализм персонала, личные качества менеджера.
- б) методология разработки решения, использование техники, временные ограничения.
- + в) методы анализа, реальность цели, объем информации.

32. Делегирование полномочий можно определить как:

- + а) процесс, при котором руководители поручают часть своих прав людям, ответственным перед ним, тем самым, преумножая свою власть;
- б) способ побуждения людей для достижения поставленной цели;
- в) разработка планов на перспективу.

33. В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента?

- а) России;
- б) Израиле;
- + в) США.

34. Что не является продуктом труда менеджера?

- а) выполненная функция;
- + б) готовая продукция;
- в) управленческое решение.

35. В какой из школ менеджмента были впервые выделены управленческие функции?

- а) школа научного управления;
- б) школа человеческих отношений и школа поведенческих наук;
- + в) административная или классическая школа управления.

36. Какая из теорий менеджмента больше других опиралась на использование личного опыта менеджеров?

- + а) ситуационная теория менеджмента;
- б) теория организационной культуры;
- в) количественная теория менеджмента.

37. Какую задачу преследовала административная школа управления?

- + а) совершенствование управления организаций в целом;
- б) повысить эффективность на конкретных рабочих местах;
- в) определить лидера в трудовом коллективе.

38. Какого подхода к менеджменту не существует?

- а) процессный;
- + б) динамический;
- в) ситуационный.

39. Метод управления – это:

+ а) совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей;

- б) существенные, повторяющиеся, объективные взаимосвязи явлений и процессов в хозяйственной деятельности;

- в) область трудовой деятельности.

40. Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:

- а) правильно поставленную критику;
- + б) заработную плату, премии, штрафы;
- в) ценообразование.

41. Социально-психологические методы действуют на основе:

- а) экономических законов и закономерностей развития природы и общества;
- + б) организационных отношений;
- в) экономических интересов личности.

42. Первым методом мотивации считают....

- а) «кнул и пряник»;

- + б) теория Маслоу;
  - в) теория справедливости Адамса.
43. Какие 3 вида потребностей выделил Мак Клеlland:

- а) пища, жильё, отдых;
- б) авторитет, лидерство, известность;
- + в) успех, причастность, власть.

44. Какую основную задачу ставили и решали представители школы научного менеджмента?

- а) развитие инновационного менеджмента;
- + б) максимальное увеличение производительности труда на рабочем месте;
- в) определение функций и принципов эффективного менеджмента.

45. Лидерство в теории менеджмента можно определить как:

- а) условия функционирования организации;
- + б) способность оказывать влияние на личность и группы людей;
- в) победу в конфликте.

46. Мотивация – это...

- а) совокупность приемов и способов поведения;
- б) совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности;
- + в) побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе по достижению целей.

47. Функция «контроль» включает в себя:

- а) определение ресурсов;
- б) определение и выбор целей организации;
- + в) установление стандартов, сравнение выполненной работы со стандартами.

48. Под принятием решения понимается:

- а) процесс формирования альтернатив;
- + б) сознательный выбор действий из имеющихся альтернатив для достижения желаемых результатов;

- в) процесс обмена информацией между двумя и более субъектами.

49. Корпоративная культура основана:

- а) на принятых в обществе формах поведения;
- б) на правилах, определяемых руководством организации
- + в) на разделяемых большинством членов организации убеждениях и ценностях.

50. Назовите наиболее важную черту современной модели менеджмента:

- а) всеобъемлющая компьютеризация процесса управления;
- + б) возрастание требований к кадровому обеспечению менеджмента;
- в) быстрое изменение организационных форм производства и управления ими.

#### Шкала и критерии оценивания знаний, умений, навыков по результатам проверки остаточных знаний по дисциплине\*

Шкала оценивания	Критерии оценки
«Зачтено»	Обучающийся дал от 61 до 100 % правильных ответов на тестовые задания.
«Не зачтено»	Обучающийся дал менее 61 % правильных ответов на тестовые задания.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к тестированию:

Промежуточная аттестация обучающихся проверки остаточных знаний по дисциплине «Теория менеджмента» позволяет определить степень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине и проводится в форме зачета. Данная форма контроля включает в себя тестирование позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и степень сформированности умений и навыков. Форма проведения зачета (письменная, тестирование) определяется преподавателем. По результатам зачета выставляется оценка: «зачтено», «не зачтено».