

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кемеровская государственная сельскохозяйственная академия»
Агроколледж

УТВЕРЖДЕН: на заседании агроколледжа
протокол № 1 от 31 августа 2020
Директор агроколледжа Т.Б. Шайдулина


(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОП.10. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

для студентов среднего профессионального образования по специальности
35.02.07 Механизация сельского хозяйства

Разработчик: Ходеева А.К.



СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	3
1.1 Перечень компетенций	3
1.2 Описание шкал оценивания	5
1.3 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий	6
2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ	8
2.1 Текущий контроль знаний студентов	8
2.2 Промежуточная аттестация	22
2.3 Типовой вариант тестирования	24
3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	32

1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Перечень компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

- ПК 1.1. Выбирать и соблюдать режимы содержания животных, составлять рационы кормления.

- ПК 1.2. Рационально использовать корма, сенокосы, пастбища и другие кормовые угодья.

- ПК 1.3. Проводить мероприятия по улучшению воспроизводства стада, увеличению продуктивности и увеличению выхода молодняка сельскохозяйственных животных на сельскохозяйственном предприятии.

- ПК 1.4. Производить отбор животных на племя, отбор и подбор пар.

- ПК 1.5. Организовывать и проводить санитарно-профилактические работы по предупреждению основных незаразных, инфекционных и инвазионных заболеваний сельскохозяйственных животных.

- ПК 1.6. Оказывать первую помощь сельскохозяйственным животным.

- ПК 2.1. Выбирать и реализовывать технологии производства и первичной переработки продукции животноводства.

- ПК 2.2. Разрабатывать и проводить мероприятия по увеличению удоев, привесов и других производственных показателей животноводства.

ПК 2.3. Выбирать и использовать различные методы оценки и контроля количества и качества сырья, материалов, полуфабрикатов, готовой продукции животноводства.

- ПК 3.1 Выбирать способы и методы закладки продукции животноводства на хранение;

- ПК 3.2 Подготавливать объекты для хранения продукции животноводства к эксплуатации;

- ПК 3.3 Контролировать состояние продукции животноводства в период хранения;

- ПК 3.4 Проводить подготовку продукции животноводства к реализации и ее транспортировку;

- ПК 3.5 Реализовывать продукцию животноводства;

- ПК 4.1. Планировать основные показатели производства продукции и оказания услуг в области животноводства.

- ПК 4.2. Планировать выполнение работ и оказание услуг исполнителями.

- ПК 4.3. Организовывать работу трудового коллектива.

- ПК 4.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ и оказания услуг исполнителями.

1.2 Описание шкал оценивания

Для оценки составляющих компетенции при **текущем контроле и промежуточной аттестации** используется балльно-рейтинговая система оценок.

При оценке контрольных мероприятий преподаватель руководствуется критериями оценивания результатов обучения (таблица 1), суммирует баллы за каждое контрольное задание и переводит полученный результат в вербальный аналог, руководствуясь таблицей 1 и формулой 1.

Таблица 1 – Сопоставление оценок когнитивных дескрипторов с результатами освоения программы дисциплины

Балл	Соответствие требованиям критерия	Выполнение критерия	Вербальный аналог	
1	2	3	4	
5	результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия	85-100% от максимального количества баллов	отлично	зачтено
4	результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – более 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия	75-84,9% от максимального количества баллов	хорошо	
3	результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – до 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия	60-74,9% от максимального количества баллов	удовлетворительно	
2	результат, содержащий неполный правильный ответ, содержащий значительные неточности, ошибки (степень полноты ответа – менее 60%)	до 60% от максимального количества баллов	неудовлетворительно	не зачтено
1	неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия	0% от максимального количества баллов		

Расчет доли выполнения критерия от максимально возможной суммы баллов проводится по формуле 1:

$$A = \frac{\sum_{i=1}^n m_i k_i}{5 \cdot \sum_{i=1}^n m_i} \cdot 100\% \quad (1)$$

где n – количество формируемых когнитивных дескрипторов;

m_i – количество оценочных средств i-го дескриптора;

k_i – балльный эквивалент оцениваемого критерия i-го дескриптора;

5 – максимальный балл оцениваемого результата обучения.

Затем по таблице 1 (столбец 3) определяется принадлежность найденного значения А (в %) к доле выполнения критерия и соответствующий ему вербальный аналог.

Вербальным аналогом результатов зачета являются оценки «зачтено / не зачтено», экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые заносятся в экзаменационную (зачетную) ведомость (в то числе электронную) и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат, а второй хранится на кафедре.

В случае неявки студента на экзамен (зачет) в экзаменационной ведомости делается отметка «не явился».

1.3 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Свой фактический рейтинг студент может отслеживать в системе электронного обучения Кемеровского ГСХИ (журнал оценок) <http://moodle.ksai.ru/course/index.php?categoryid=2682>. При возникновении спорной ситуации, оценка округляется в пользу студента (округление до десятых).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Итоговая оценка определяется на основании таблицы 1.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

Итоговое тестирование

Итоговое тестирование проводится в день зачёта в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <http://moodle.ksai.ru/course/index.php?categoryid=3313>.

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения итогового тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 20 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 40 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

2.1 Текущий контроль знаний студентов

Комплект вопросов для собеседования

Раздел 1. Основы экономики

Тема 1. Сущность экономики и история ее развития

1. Что изучает экономика?
2. В чем заключается главная функция экономики?
3. Понятие средств производства.
4. Основные разделы экономики.
5. Методы, используемые в экономике.
6. Основные функции экономики.
7. Понятие микроэкономики.
8. Понятие макроэкономики.
9. Дайте определение национальной экономики.
10. Цели экономического развития.

Тема 2. Принципы рыночной экономики

1. Понятие рынка, условия его возникновения.
2. Субъекты, объекты рыночной среды.
3. Позитивные и негативные стороны рынка.
4. Фундаментальные вопросы экономики и их рыночное разрешение.
5. Виды рынка.
6. Функции рынка.
7. Условия существования рынка.
8. Элементы рыночной инфраструктуры.
9. Классификационные признаки и типы рынков.
10. Понятие и виды конкуренции.
11. Положительные и отрицательные стороны конкуренции.
12. Закон спроса.
13. Закон предложения.
14. Монополистическая конкуренция.
15. Причины сложности входа на олигополистический рынок.
16. Рыночное равновесие.

Тема 3. Предприятие в рыночной экономике, производство, имущество, издержки

1. Предприятие как объект предпринимательства.
2. Современные организационно-правовые формы организаций.
3. Производство и основные факторы производства.
4. Понятие и виды издержек.

5. Производственный процесс, его основные принципы.
6. Имущество предприятия: основной и оборотный капитал.
7. Формы и системы оплаты труда.
8. Техничко-экономические показатели деятельности предприятия.
9. Критерии отнесения субъектов бизнеса к малому и среднему предпринимательству.
10. Современные организационно-правовые формы сельскохозяйственных предприятий.
11. Характеристика типов организации производства.

Тема 4. Макроэкономические показатели

1. Основные статистические показатели макроэкономики.
2. Понятие и типы безработицы.
3. Последствия безработицы.
4. Понятие и виды инфляции.
5. Причины инфляции.
6. Последствия инфляции.
7. Понятие и показатели экономического роста.
8. Интенсивный и экстенсивный путь экономического роста.
9. Факторы, определяющие темпы и характер экономического роста.
10. Формы макроэкономической нестабильности.
11. Экономические циклы.

Раздел 2. Основы маркетинга

Тема 1. История развития маркетинга, сущность и цели маркетинга

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. Цели и задачи маркетинга.
3. Этапы маркетингового цикла.
4. Место маркетинга в рыночных взаимоотношениях "предприниматель - клиент".
5. Схемы организации маркетинга.
6. Теория маркетинга.
7. Отраслевые виды маркетинга.
8. Уровни маркетинга.

Тема 2. Функции и принципы маркетинга

1. Принципы маркетинга.
2. Аналитическая функция маркетинга.
3. Производственная функция маркетинга.
4. Сбытовая функция маркетинга.
5. Функция управления и контроля.

Тема 3. Маркетинговая среда

1. Факторы внешней среды
2. Факторы и характеристика микросреды.
3. Факторы и характеристика макросреды.

4. Цель и задачи маркетинговых исследований.
5. Принципы маркетинговых исследований.
6. Основные направления исследований в маркетинге.
7. Этапы маркетинговых исследований.
8. Виды маркетинговых исследований.
9. Понятие и носители маркетинговой информации.
10. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации.

Раздел 3. Основы менеджмента

Тема 1. Сущность современного менеджмента

1. Отличительные черты современного менеджмента.
2. Функции современного менеджмента.
3. Японская модель менеджмента.
4. Российская модель менеджмента.
5. Американская модель менеджмента.
6. Шведская модель менеджмента.
7. Основные школы менеджмента.
8. История возникновения менеджмента.
9. Задачи менеджмента.
10. Требования, предъявляемые к менеджеру.
11. Функции менеджера.

Тема 2. Функции, принципы и методы менеджмента

1. Понятие «функции менеджмента».
2. Понятие «принципы менеджмента».
3. Современные принципы управления.
4. Принципы менеджмента по Ф. Тейлору.
5. Принципы менеджмента по М. Веберу.
6. Принципы менеджмента по А. Файолю.
7. Базовые функции менеджмента.
8. Особенности менеджмента в профессиональной деятельности.
9. Методы менеджмента.

Тема 3. Делегирование, ответственность и полномочия

1. Понятие и виды ответственности.
2. Линейные и штабные (аппаратные) полномочия.
3. Разновидности штабных полномочий.
4. Понятие и причины применения делегирования.
5. Варианты степени передачи полномочий.
6. Необходимость в делегировании полномочий.
7. Правила делегирования полномочий.
8. Принципы делегирования.

Комплект тем рефератов

1. Вклад российских ученых в развитии экономики
2. Экономика древнего мира.
3. Эластичность спроса. «Эффект Гиффена»
4. Сущность собственности как экономической категории. Место и роль отношений собственности в системе экономических отношений общества
5. Роль и значение государственной собственности в рыночной системе хозяйств
6. PR-менеджмент
7. Стиль работы руководителя
8. Теория справедливости
9. Теория Дугласа-Макгрегора
10. Эволюция менеджмента
11. Положения теории принятия решений
12. Информация, необходимая для управления
13. Основные принципы ведения переговоров
14. Природа и типы конфликтов
15. Основные факторы, влияющие на культуру организации
16. Информационные маркетинговые системы
17. Основы банковского маркетинга
18. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы
19. Трансфер технологий
20. Internet как этап развития маркетинговых коммуникаций
21. Брэнд : сущность и значение
22. Рекламная деятельность организации
23. Туристический маркетинг

Требования к реферату

1. Тема реферата выбирается из общего списка и согласовывается с преподавателем.
2. Использовать только тот материал, который отражает сущность темы. При работе над рефератом рекомендуется использовать не менее 4 – 5 источников.
3. Во введении к реферату необходимо обосновать выбор темы.
4. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ произведения по списку, стр.].
5. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки.
6. В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.
7. Оформление реферата (в том числе титульный лист, литература) должно быть грамотным.

8. Изложение текста и оформление реферата выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001, ГОСТ 2.105 – 95 и ГОСТ 7.9 – 95. Страницы текстовой части и включенные в нее иллюстрации и таблицы должны соответствовать формату А4 по ГОСТ 9327-60.

9. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5 – 2008.

Комплект заданий по разделу «Основы экономики»

Задание 1. Подберите к приведенным ниже терминам и характеристикам соответствующие им определения.

Понятие:

1. Основные фонды предприятия
2. Закон воспроизводства основного капитала
3. Первоначальная стоимость основных фондов
4. Восстановительная стоимость основных фондов
5. Остаточная стоимость основных фондов
6. Ликвидационная стоимость основных фондов
7. Износ основных фондов
8. Физический износ основных фондов
9. Моральный износ основных фондов
10. Амортизация основных фондов
11. Амортизационные отчисления
12. Норма амортизации
13. Воспроизводство основных фондов
14. Фондоотдача
15. Фондоемкость продукции
16. Рентабельность основных фондов
17. Фондообеспеченность предприятия
18. Фондовооруженность труда

Определение:

а) отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости основного капитала;
б) затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях;
в) изменение механических, физических, химических и других свойств материальных объектов под воздействием процессов труда, сил природы и других факторов;

г) разница между первоначальной или восстановительной стоимостью и суммой износа;

д) показатель выпуска продукции, приходящийся на 1 рубль стоимости основных фондов;

е) совокупность материально-вещественных ценностей, которые действуют в процессе производства в течение длительного периода времени, сохраняют при этом на протяжении всего срока полезного использования натурально-вещественную форму и переносят их стоимость на себестоимость продукции по частям по мере износа в виде амортизационных отчислений;

ж) денежное выражение перенесенной стоимости основных фондов, которая включается в себестоимость продукции по установленным нормам амортизации;

з) сумма фактических затрат на приобретение или создание основных фондов, а также на доведение объекта до состояния готовности к эксплуатации: возведение зданий и сооружений, покупка, транспортировка, установка и монтаж машин и оборудования и др.;

и) частичная или полная утрата основными фондами своих качеств и стоимости;

к) отношение среднегодовой стоимости основных фондов сельскохозяйственного назначения к площади сельскохозяйственных угодий;

л) процесс перенесения стоимости изношенной части основных фондов на создаваемую продукцию, выполняемую работу, оказываемые услуги;

м) стоимость основных фондов, приходящаяся на каждый рубль выпускаемой продукции;

н) непрерывный процесс обновления основных фондов путем приобретения новых, реконструкции, модернизации и капитального ремонта действующих средств;

о) обесценивание средств труда в результате технического прогресса, утрата ими своей стоимости до окончания срока своей физической службы;

п) установленный в процентах от балансовой стоимости размер амортизации за определенный период по конкретному виду основных фондов.

р) стоимость возможной реализации изношенных или снятых с эксплуатации отдельных объектов основных фондов;

с) отношение среднегодовой стоимости основных фондов к среднегодовой численности работников;

т) в нормальных экономических условиях стоимость основного капитала, введенная в производство, полностью восстанавливается, обеспечивая возможность для постоянного технического обновления средств труда.

Задание 2. Прочитайте внимательно следующие утверждения и укажите, какие из них верны, а какие — ошибочны.

1. Рыночная экономика более эффективна, чем планово- административная, так как члены правительства в странах с рыночной экономикой лучше знают экономическую теорию и проводят правильную экономическую политику.

2. Производители в рыночной экономике выпускают именно те товары, в которых нуждаются люди, потому что их взаимодействие координируется правительством.

3. В планово-административной экономике ответ на вопрос «Кто получает производимые товары?» определяется производителями товаров и услуг.

4. В рыночной экономике прибыль побуждает фирмы производить именно те товары, которые необходимы покупателям, и продавать их по цене, которая устраивает покупателей.

5. Разделение труда приводит к росту взаимозависимости производителей.

6. Конкуренция способствует снижению цены.

7. Природный эгоизм Адам Смит считал вредным для общества.

8. В странах с рыночной экономикой планирование недопустимо.

9. Любая экономическая система сталкивается с необходимостью согласования интересов людей.

Задание 3. Состав и структура основных фондов шести трикотажных фабрик России за 200_ г. (% к итогу):

Показатель	Смоленская		Дзержинская	Загорская	«Парижская коммуна»	Калининская	Косивская
	тыс. руб.	в % к итогу					
Всего основных фондов	2304,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В том числе:							
I. Непроизводственных	-	-	35,6	41,8	27,3	23,5	24,5
II. Производственных	2304,4	100,0	64,4	58,2	72,7	76,5	75,5
из них:							
здания	1382,0	60,0	33,5	32,3	41,4	44,5	37,2
Сооружения	107,5	4,7	6,9	1,4	6,3	0,1	5,7
передаточные устройства	-	-	-	0,9	1,1	0,5	0,6
силовые машины и оборудование	76,9	3,3	3,9	1,6	3,1	2,7	0,8
рабочие машины и оборудование	723,0	31,4	53,0	61,3	45,7	49,0	51,8
измерительные и регулирующие приборы	-	-	0,4	0,4	0,4	0,2	1,8
транспортные средства	-	-	0,2	0,5	0,7	1,3	0,4
производственный и хозяйственный инвентарь	10,0	0,4	2,1	1,3	1,2	1,7	1,6
Прочие	5,0	0,2	-	0,3	0,1	-	0,1

1. Объясните, по какой фабрике приведен состав основного капитала, по каким показана только его структура.

2. Что такое классификация основных фондов и отражена ли она в этой таблице?

3. Проанализируйте в письменном виде справку, показывающую сравнительную характеристику структуры основных фондов, их техническую прогрессивность и производственные возможности.

Задание 4. На рынке встречаются 5 покупателей и 5 продавцов. Каждый покупатель хочет купить одну пару перчаток, но каждый из них готов заплатить за них разную цену:

- 1-й — 15 р.,
- 2-й — 25 р.,
- 3-й — 30 р.,
- 4-й — 40 р.,
- 5-й — 55 р.

У продавцов есть необходимый товар — по одной паре на каждого покупателя, но, как и покупатели, они готовы продать перчатки по разной цене:

- 1-й — за 15 р.,
- 2-й — за 20 р.,
- 3-й — за 30 р.,
- 4-й — за 45 р.,
- 5-й — за 65 р.

Определите рыночную цену пары перчаток.

Задание 5. Первоначальная стоимость основных фондов на начало планируемого года 8550 тыс. руб. С 1 сентября намечено выбытие основных фондов на сумму 225 тыс. руб., а с 1 мая будут введены основные фонды на 600 тыс. руб. В планируемом году предусмотрено выпустить валовой продукции на 10500 тыс. руб. Среднегодовая стоимость основных фондов за отчетный год составила 8000 тыс. руб., стоимость валовой продукции 8800 тыс. руб. Определить показатель фондоотдачи и сопоставить это с показателем фондоотдачи за отчетный год. Сделать выводы и указать пути улучшения фондоотдачи.

Задание 6. Подберите к приведенным ниже терминам и характеристикам соответствующие им определения.

Понятие:

1. Оборотные средства
2. Оборотные производственные фонды
3. Производственные запасы
4. Незавершенное производство
5. Расходы будущих периодов
6. Фонды обращения
7. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств
8. Коэффициент загрузки оборотных средств
9. Длительность одного оборота оборотных средств
10. Материалоемкость
11. Материалоотдача

Определение:

а) не вещественные элементы оборотных фондов, которые производятся в данном периоде, но относятся на продукцию будущего периода;

б) предметы труда, вступившие в производственный процесс, но не законченные полностью производством в одних цехах и подлежащие дальнейшей переработке в других цехах того же предприятия;

в) сумма оборотных средств, затраченных на 1 руб. реализованной продукции;

г) часть оборотных средств, которая целиком потребляется в каждом производственном цикле и полностью переносит свою стоимость на вновь созданную продукцию за один производственный цикл;

д) отношение объема валовой продукции к затратам сырья, топлива, материалов, энергии и др.;

е) отношение объема реализации продукции к среднему остатку оборотных средств на предприятии за период;

ж) предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс;

- з) отношение количества дней в периоде к коэффициенту оборачиваемости оборотных средств;
- и) средства, обслуживающие процесс реализации продукции;
- к) денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения;
- л) отношение затрат сырья, топлива, материалов, энергии к объему выпуска продукции.

Задание 7. Рассчитайте среднегодовой норматив оборотных средств на незавершенное производство по данному заказу, если известно, что себестоимость одного изделия - 1500 руб.; длительность производственного цикла - 10 рабочих дней; коэффициент нарастания затрат -0,7; количество изделий по плану на год - 800 шт. (товарный выпуск) и 55 шт. (увеличение незавершенного производства, всего на сумму 55 000 руб.); количество рабочих дней в году -251.

Задание 8. Определите показатели фактического использования рабочего времени и возможное повышение производительности труда на основе приведенных данных.

Фактический баланс рабочего дня

Наименование затрат рабочего времени	Продолжительность, мин	Индекс
1. Подготовительно-заключительное	20	
2. Оперативное	360	
3. Обслуживание рабочего места	40	
4. Перерывы по оргтехнеполадкам	25	
5. Перерывы, зависящие от рабочего	35	
в том числе регламентируемые	20	
Продолжительность смены	480	

Задание 9. Определить себестоимость товарной продукции и затраты на 1 тонну продукции по следующим данным:

Планируется годовая выработка продукции:

Хлеб белый 5448 т.

Хлеб дарницкий 2759 т.

Затраты составят, тыс. руб.

1. На основное сырье, муку

Хлеб белый 5215458

Хлеб дарницкий 1415344,5

2. Реализуемые отходы составляют 0,06% от количества муки. Цена 1 т. отходов 200 тыс. руб.

3. Накладные расходы составляют 16,6 тыс. руб. на 1 т. хлебобулочных изделий.

4. Стоимость остального основного и дополнительного сырья (прочего сырья):

Хлеб белый 226910,5

Хлеб дарницкий 58326,3

5. Электроэнергия технологическая:

Хлеб белый 58644

Хлеб дарницкий 29694,6

6. Топливо технологическое:

Хлеб белый 290819

Хлеб дарницкий 147257,5

7. Зарплата основных производственных рабочих:

Хлеб белый 198667,2

Хлеб дарницкий 199784,9

8. Отчисления от зарплаты составляют 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы.

9. Общепроизводственные расходы составляют 100 % от суммы основной и дополнительной зарплаты.

10. Общехозяйственные расходы составляют 354 % от суммы основной и дополнительной зарплаты.

11. Производственная себестоимость (определяется как сумма всех затрат, начиная от стоимости сырья за минусом реализуемых отходов).

12. Коммерческие расходы составляют 0,52 % от производственной себестоимости.

13. Полная себестоимость (производственная себестоимость плюс коммерческие расходы).

Комплект заданий по разделу «Основы маркетинга»

Задание 1. Рассмотреть примеры организаций и элементы их маркетинг-микс. Указать, каких сведений в данных характеристиках недостаточно. Смоделировать недостающие сведения, чтобы описать маркетинговый комплекс в полном объёме.

Вариант 1 Книжный магазин «Умка» существует на рынке города несколько десятилетий. Он имеет традиционную сеть поставщиков, постоянных потребителей. Персонал магазина стабильный, имеет высокую квалификацию. В магазине позитивная внутренняя среда. Торговые залы оснащены удобными стеллажами, мягкой мебелью. Ассортимент рассчитан на потребителей с разными уровнями достатка и отражает культурные предпочтения целевых аудиторий организации.

Вариант 2 Кондитерская фабрика работает на рынке более 50 лет, имеет устойчивые связи с поставщиками и широкую сеть сбытовых организаций. Компания потратила большие средства на разработку новой начинки для конфет. Благодаря улучшению вкусовых свойств товара-новинки фабрика повысила 8 свою долю на рынке на 12%. При этом оптовая цена нового товара выше цены традиционных изделий фабрики на 10%. В первую очередь новинка появилась в фирменных магазинах предприятия, затем – у дистрибьюторов.

Задание 2. Привести примеры реализации концепции социально-этичного маркетинга данными производителями и сформулировать их возможную миссию и цели деятельности:

- 1) фирма, производящая детские игрушки;
- 2) производитель безалкогольных напитков;
- 3) табачная фабрика;
- 4) целлюлозно-бумажный комбинат;
- 5) вагоноремонтный завод;
- 6) кожевенно-обувной комбинат;
- 7) издательство;
- 8) фабрика меховых изделий;
- 9) сельскохозяйственный кооператив;
- 10) нефтеперегонный завод

Задание 3. Заполнить таблицу, указав факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу приведённых ниже организаций.

Факторы макросреды	Факторы микросреды	Факторы внутренней среды

Вариант 1. Индивидуальный предприниматель имеет сеть летних кафе в городе с населением около 100 тысяч человек. Имеет стабильных поставщиков для реализуемой продукции и услуг. Предполагает расширение бизнеса, для чего берёт в банке кредит.

Вариант 2. Молокозавод диверсифицирует свою деятельность. Новым направлением является производство соков и сокосодержащей продукции. Для этих целей предполагается привлечение инвестиционного капитала. Продукция завода пользуется популярностью на региональном рынке, имеются стабильные каналы сбыта.

Вариант 3. Сельскохозяйственный кооператив работает в условиях жёсткой конкуренции регионального рынка. Специализация кооператива – растениеводство, хозяйство находится в зоне рискованного земледелия. Потребителями продукции являются коммерческие предприятия и государственные организации. Кооператив имеет поддержку от местных органов власти.

Вариант 4. Завод производит сельскохозяйственное оборудование. Он имеет многолетнюю историю, торговая марка предприятия известна далеко за пределами его региона. У предприятия налажены стабильные связи с поставщиками и потребителями-организациями. Несмотря на минимум конкурентов, сбыт продукции не достаточно интенсивный из-за низкой покупательской способности конечных потребителей.

Задание 4. Рассчитайте индекс покупательной способности для оценки процента продаж в регионе, если процентная доля населения региона составляет в численности населения страны 12%; эффективная доля дохода, идущая на потребление, – 4 %; процент розничных продаж, приходящихся на данный регион, составляет 14 % от совокупного объема розничных продаж.

Задание 5. Перечислить контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды организаций.

Предприятие специализируется на производстве и продаже кондитерских изделий. Численность сотрудников на 01 января текущего года – 2500 человек, из которых 2000 работают на постоянной основе. Предприятие имеет развитую систему дистрибуции. География поставок охватывает вся территорию России: от Санкт-Петербурга до Дальнего Востока, с 2017 потребителями продукции стали жители республики Казахстан, ведутся переговоры с представителями Азербайджана и Узбекистана. В производстве используются только натуральные экологически чистые компоненты. В 2012 году фабрика выпустила на кондитерский рынок несколько новых видов продукции после прироста производственных мощностей. Фабрика имеет награды таких престижных выставок-конкурсов, как: «World Food», «Продэкспо», «100 лучших товаров России».

Задание 6. Распределить приведённые данные в матрица SWOT-анализа, заполнив поля «СИБ», «СИУ», «СЛВ», «СЛУ».

ООО «Фабрика удовольствий» производит широкий ассортимент кондитерских изделий. Это лидер регионального рынка Северо-Западного федерального округа России. Анализируя работу компании в текущем году, маркетологи составили перечень основных данных о компании:

- высокое качество выпускаемой продукции;
- активность конкурентов по продвижению своих марок;
- доступные цены, гибкая ценовая политика;
- разветвленные каналы распределения продукции;
- развитие существующих сетей распределения продукции;
- освоение новых рынков сбыта продукции;
- компания не является ценовым лидером;
- высокий уровень взаимодействия между отделами;
- способность быстро реагировать на изменения внешней среды;
- фасовка весовой продукции;
- прирост постоянных и переменных издержек на производство и сбыт продукции;
- низкая скорость запуска новинок в производство;
- внутренняя конкуренция дилеров;
- покупатели совершают вторую покупку, если она отвечает ожиданиям «качество-цена»;
- налаживание «прямых продаж» в регионах;
- увеличение емкости рынка;
- возможность освоения новых целевых микросегментов;
- запуск нового производства;
- ужесточение контроля за использованием торговых марок (таможня + правообладатели);
- в ближайшем будущем сети будут приобретать только точно фасованную продукцию;
- повышение нестабильности (сезонности) спроса на кондитерские изделия;
- альянс или слияние конкурентов ООО «Фабрика удовольствий»;
- современное оборудование, использование новейших технологий;
- спад платежеспособности спроса с углублением кризиса в макросреде;

- маркетинговая стратегия адаптирована к специфике целевого рынка;
- перспективные виды продукции;
- незарегистрированные торговые марки;
- систематический мониторинг спроса на продукцию;
- внедрение инноваций;
- совершенствование ассортимента;
- возможности выхода на новые рынки.

Комплект заданий по разделу «Основы менеджмента»

Задание 1. Разработайте производственную структуру предприятия (обувного, швейного, кондитерского) среднего размера с полным циклом производства от поступления необходимого сырья до изготовления готового товара, оцените их сходство и отраслевые различия.

Задания 2. Соотношение между основными и вспомогательными, в т. ч. и обслуживающими, цехами является важным экономическим вопросом, связанным с производственной структурой предприятия. Даже на передовых предприятиях в отраслях машиностроения часто такое соотношение в пользу вспомогательных, в т. ч. обслуживающих цехов, хотя процесс изготовления продукции совершается в основных производственных цехах. Каковы пути оптимизации соотношения основных и вспомогательных цехов. Исходные данные:

- понятие «основной цех», «вспомогательный цех (служба)», «обслуживающий цех (служба)»;
- влияние таких факторов научно-технического прогресса, как совершенствование техники и технологии производства, механизации и автоматизации производства на изменение производственной структуры предприятия;
- влияние номенклатуры, ассортимента и количества вырабатываемой продукции на производственную структуру предприятия;
- факторы, определяющие производственную структуру предприятия;
- причины возникновения универсальных предприятий со сложной производственной структурой;
- влияние индустриализации народного хозяйства страны на производственную структуру предприятия.

Задание 3. Подберите для приведенных ниже понятий и характеристик, составляющих производственный цикл, соответствующие им определения:

Понятие:

- 1.Производственный цикл
- 2.Длительность производственного цикла
- 3.Рабочее время
- 4.Подготовительно-заключительное время
- 5.Время вспомогательных операций
- 6.Технологический цикл
- 7.Время технологического цикла
- 8.Время перерывов

Определение:

- а) сумма времени машинного (оперативного), подготовительно-заключительного и естественных процессов;
- б) календарный период времени с момента запуска сырья и материалов в производство до получения готового продукта;
- в) время, в течение которого не производится никакого воз действия на предмет труда и не происходит его качественного изменения;
- г) цикл, длительность которого состоит из рабочего времени и времени перерывов;
- д) сумма времени технологической обработки плюс время вспомогательных операций;
- е) время транспортных операций, контроля качества продукции, сортировки, упаковки и т.д.;
- ж) время, затрачиваемое на включение-выключение оборудования;
- з) время, в течение которого производится непосредственное воздействие на предмет труда.

Методические рекомендации

Для выполнения задания составьте таблицу по произвольной форме, где укажите характеристики составляющих производственного цикла, и в отдельной графе проставьте порядковые значения определений.

Для постоянного пользования этими определениями целесообразно выписать их полностью. Форма таблицы может быть следующей:

Понятие	Определение
1. ...	2. ...

Задание 4. Ознакомьтесь с положениями японской модели управления.

Оцените предложение учредителей о внедрении данной модели на вашем предприятии для повышения эффективности его деятельности. Проведите анализ положительных и отрицательных последствий применения данной модели на российском предприятии. Определите, что именно можно было бы применить из японской модели в ближайшее время, а что требует тщательного анализа и подготовки. Продумайте, какие изменения в корпоративной культуре вашего предприятия необходимо осуществить, чтобы положительные аспекты японской модели ограничено вошли в жизнь предприятия.

Задание 5. Внимательно ознакомьтесь с предложенной должностной инструкцией менеджера по персоналу. Сохраняя структуру, составьте должностные инструкции для менеджера по сбыту и менеджера по рекламе.

Наименование документа	Инструкция менеджера по персоналу
Вид документа	Инструкция
Должностная инструкция	Менеджер по персоналу
Оглавление	Образец должностной инструкции

Инструкция менеджера по персоналу

Должностная инструкция

УТВЕРЖДАЮ

(Фамилия)

1. Общие положения

1. Менеджер по персоналу относится к категории руководителя
2. На должность менеджера назначается лицо, имеющее высшее образование по специальности «менеджмент», стаж работы по специальности не менее 2-х лет
3. Назначение на должность менеджера по персоналу и освобождение от нее производится приказом директора организации
4. Менеджер по персоналу должен знать:
 - 4.1. Законодательные и нормативные правовые акты
 - 4.2. Законодательство о руде
 - 4.3. Основы рыночной экономики и предпринимательства и т.д
5. менеджер по персоналу в своей деятельности руководствуется:
 - 5.1 Положением о подразделении
 - 5.2. Настоящей должностной инструкцией
6. Менеджер по персоналу подчиняется непосредственно.....
7. На время отсутствия менеджера по персоналу его обязанности исполняет лицо, назначенное в установленном порядке, которое приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей

2. Должностные обязанности

Менеджер по персоналу:

1. Организует работу с персоналом
2. Обеспечивает укомплектование предприятия работниками необходимых профессий
3. Определяет потребность в персонале
4. Осуществляет подбор кадров
5. Организует обучение персонала
6. Доводит информацию по кадровым вопросам и важнейшим кадровым решениям до всех работников
7. Организует проведение оценки результатов деятельности работников и т.д.

3. Права

Менеджер по персоналу имеет право:

1. Знакомиться с проектами решений руководства предприятия
2. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы
3. Запрашивать от руководителей структурных подразделений предприятия, специалистов и иных работников необходимую информацию
4. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции

4. Ответственность

Менеджер по персоналу несет ответственность:

1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение должностных обязанностей, предусмотренных должностной инструкцией
2. За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности

3. За причинение материального ущерба

Задание 6. Внимательно прочитайте утверждения и отметьте неверные. Перефразируйте их так, чтобы получились правильные.

1. Управление-это целенаправленный процесс.
2. Менеджмент является отраслью знаний, а не наукой.
3. Менеджером невозможно стать, им нужно родиться.
4. Менеджмент – это управление в рыночных условиях.
5. Рыночная экономика имеет преимущества и недостатки.
6. Менеджмент обязательно включает изучение взаимодействия человека и организации.
7. Менеджмент- англоязычное слово.
8. Менеджер – это наемный работник, принимающий управленческие решения.
9. Управление – это процесс систематический исключаящий риск.

2.2 Промежуточная аттестация

Вопросы для собеседования

1. Основные разделы экономики.
2. Методы, используемые в экономике.
3. Основные функции экономики.
4. Понятие микроэкономики и макроэкономики.
5. Цели экономического развития.
6. Понятие рынка, условия его возникновения.
7. Виды рынка.
8. Функции рынка.
9. Элементы рыночной инфраструктуры.
10. Классификационные признаки и типы рынков.
11. Понятие и виды конкуренции.
12. Закон спроса.
13. Закон предложения.
14. Монополистическая конкуренция.
15. Причины сложности входа на олигополистический рынок.
16. Рыночное равновесие.
17. Предприятие как объект предпринимательства.
18. Современные организационно-правовые формы организаций.
19. Понятие и виды издержек.
20. Производственный процесс, его основные принципы.
21. Имущество предприятия: основной и оборотный капитал.
22. Формы и системы оплаты труда.
23. Техничко-экономические показатели деятельности предприятия.
24. Критерии отнесения субъектов бизнеса к малому и среднему предпринимательству.
25. Характеристика типов организации производства.
26. Понятие, типы и последствия безработицы.

27. Понятие, виды и причины инфляции.
28. Последствия инфляции.
29. Понятие и показатели экономического роста.
30. Интенсивный и экстенсивный путь экономического роста.
31. Факторы, определяющие темпы и характер экономического роста.
32. Экономические циклы.
33. История развития маркетинга, сущность и цели маркетинга
34. Этапы маркетингового цикла.
35. Схемы организации маркетинга.
36. Принципы маркетинга.
37. Функции маркетинга.
38. Факторы внешней среды
39. Факторы внутренней среды.
40. Принципы маркетинговых исследований.
41. Этапы маркетинговых исследований.
42. Виды маркетинговых исследований.
43. Понятие и носители маркетинговой информации.
44. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации.
45. Функции современного менеджмента.
46. Японская модель менеджмента.
47. Российская модель менеджмента.
48. Американская модель менеджмента.
49. Шведская модель менеджмента.
50. Основные школы менеджмента.
51. Требования, предъявляемые к менеджеру.
52. Функции менеджера.
53. Принципы менеджмента по Ф. Тейлору.
54. Принципы менеджмента по М. Веберу.
55. Принципы менеджмента по А. Файолю.
56. Базовые функции менеджмента.
57. Методы менеджмента.
58. Понятие и виды ответственности.
59. Понятие и виды полномочий
60. Варианты степени передачи полномочий.

2.3 Типовой вариант тестирования

Раздел 1. Основы экономики

1. Заключительной фазой (стадией) общественного производства является...
 - а) производство
 - б) потребление
 - в) распределение
 - г) обмен
2. Средства производства включают...
 - а) рабочую силу и предметы труда
 - б) рабочую силу и средства труда

- в) предметы труда и средства труда
- г) предметы труда и продукты труда

3. Примером чистой олигополии, выпускающей стандартизированный продукт, является рынок...

- а) зерна
- б) бытовой техники
- в) сырой нефти
- г) кондитерских изделий

4. Отличительным признаком олигополии является...

- а) большое количество конкурирующих фирм с однородным товаром
- б) крайне ограниченный различными барьерами вход в отрасль
- в) большое количество конкурирующих фирм с дифференцированным товаром
- г) свободный приток в отрасль новых капиталов

5. Монопсонией на рынке труда называется ситуация, когда...

- а) единственному продавцу труда противостоит единственный покупатель
- б) множеству продавцов труда противостоит множество покупателей труда
- в) единственному продавцу труда противостоит множество покупателей
- г) множеству продавцов труда противостоит единственный покупатель

6. Идея о том, что рынок – это саморегулируемая система, которая самостоятельно приходит в равновесное состояние без вмешательства государства, принадлежит...

- а) Франсуа Кенэ
- б) Милтону Фридмену
- в) Адаму Смиту
- г) Джону М. Кейнсу

7. Реализацию интересов рыночных субъектов и соединение интересов продавца и покупателя обеспечивает _____ функция рынка

- а) посредническая
- б) санирующая
- в) стимулирующая
- г) информационная

8. Естественная норма безработицы...

- а) означает наличие только структурной и фрикционной безработицы
- б) включает в себя сезонную и циклическую безработицу
- в) означает полное отсутствие безработных
- г) включает в себя циклическую безработицу

9. Появление фрикционной безработицы связано с...

- а) недостаточной квалификацией безработных
- б) временем, необходимым для поиска новой работы
- в) высокой реальной заработной платой
- г) падением совокупного спроса

10. Микроэкономика изучает:

- а) экономический рост
- б) инфляцию
- в) деятельность отдельной фирмы

г) альтернативные затраты

11. Если объем располагаемого дохода уменьшается, то при прочих равных условиях:

а) потребительские расходы сокращаются, а сбережения растут

б) потребительские расходы растут, а сбережения сокращаются

в) сокращаются и потребительские расходы и сбережения

г) растут и потребительские расходы, и сбережения

12. Если процентная ставка по кредитам растет, то ...

а) спрос на заемные средства со стороны населения и бизнеса снижается

б) предприятия расширяют инвестиционную деятельность

в) задолженность населения по уже взятым кредитам сокращается

г) сбережения населения растут

13. Наиболее существенная причина экономического роста в развитых странах...

а) технологические изменения в производстве

б) изменение квалификации рабочей силы

в) увеличение объема применяемого капитала

г) увеличения объема рабочего времени

14. Финансовые инвестиции – это...

а) вложения, обеспечивающие увеличение средств производства, материально-вещественных ценностей, запасов

б) вложения, предполагающие возмещение изношенного за весь срок службы основного капитала

в) объем инвестиций за вычетом стоимости износа элементов основного капитала

г) вложения в акции, облигации, векселя и другие ценные бумаги, а также финансовые инструменты

15. Общая стоимость, или сумма рыночных цен, всех конечных товаров и услуг, произведенных в данной стране в течение года

а) конечный товар

б) валовой продукт

в) валовой внутренний продукт

г) предложение

16. Часть валового национального продукта, которая остается за вычетом амортизационных отчислений и статистической погрешности

а) чистая прибыль

б) валовая прибыль

в) прибыль до налогообложения

г) национальный доход

17. Объем выпуска всех конечных товаров и услуг, выраженный в фактически сложившихся на рынке ценах текущего года

а) конечный товар

б) валовой продукт

в) валовой внутренний продукт

г) номинальный валовой внутренний продукт

18. Та часть населения в возрасте от 15 до 72 лет, которая предлагает свой труд для производства товаров и услуг

- а) персонал
- б) рабочая сила
- в) трудовые ресурсы
- г) экономически активное население

19. Разделение труда — это

а) закрепление рабочих, участвующих в производстве, за определенными видами участками или отделами производства

б) дробление на отрасли производства муниципального хозяйства

в) классификация профессий по отраслям

г) назначение и распределение произведённого сырья между участниками производства

20. Равновесное положение национальной экономики осуществляется при помощи...

а) максимизации уровня инфляции в экономике страны

б) равенстве совокупного предложения и совокупного спроса

в) инфляции и девальвации

г) упрощения ведения учёта денежных средств

Ключ:

1. б	2. в	3. в	4. б	5. г
6. в	7. а	8. г	9. б	10. в,г
11. в	12. а	13. а	14. г	15. в
16. г	17. г	18. г	19. а	20. б

Раздел 2. Основы маркетинга

1. Конечной целью маркетинга является

а) расширение ассортимента

б) удовлетворение человеческих нужд и потребностей

в) расширение предприятия

2. К показателям конъюнктуры рынка относятся

а) маркетинговая стратегия выхода фирмы на новые рынки

б) показатели материального производства

в) конкуренты и их стратегии

3. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это

а) потребность

б) запрос

в) товар

4. Коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами - это

а) сделка

б) обмен

в) рынок

5. Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара - это
- а) торговая точка
 - б) оптовая фирма
 - в) рынок
6. Потребители, одинаково реагирующие на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга - это
- а) семья
 - б) сегмент рынка
 - в) общественная группа
7. Денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара - это
- а) стоимость
 - б) себестоимость
 - в) цена
8. Систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах - это
- а) маркетинговые исследования
 - б) изучение рынка
 - в) изучение конъюнктуры
9. Один из возможных способов сбора первичных данных, когда исследователь ведет непосредственное наблюдение за людьми и обстановкой - это
- а) наблюдение
 - б) эксперимент
 - в) опрос
10. Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры - это
- а) макросреда фирмы
 - б) микросреда фирмы
 - в) маркетинговая среда
11. Совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг - это
- а) рынок товаров широкого потребления
 - б) рынок товаров промышленного назначения
 - в) рынок услуг
12. Оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со своими товарами - это
- а) отбор потребителей
 - б) сегментирование рынка
 - в) выбор целевых сегментов рынка
13. Производство и маркетинг продуктов, разработанных специально для определенных рыночных сегментов - это
- а) целевой маркетинг
 - б) массовый маркетинг
 - в) продукто - дифференцированный маркетинг

14. Совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке - это
- социальные условия
 - конкуренция
 - конъюнктура рынка
15. Материальные изделия, полностью потребляемые за один или несколько циклов использования - это
- товары кратковременного пользования
 - товары долговременного использования
 - услуги
16. Товары с уникальными характеристиками или отдельные марочные товары, ради приобретения которых значительная часть покупателей готова затратить дополнительные усилия - это
- товары предварительного выбора
 - товары особого спроса
 - услуги
17. Марка или ее часть обеспеченная правовой защитой - это
- марочное название
 - товарный знак
 - марочный знак
18. Общее представление о возможном товаре, который фирма могла бы, по ее мнению, предложить рынку - это
- замысел товара
 - образ товара
 - идея товара
19. Совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю - это
- товарная биржа
 - товародвижение
 - канал распределения
20. Любая деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования - это
- оптовая торговля
 - розничная торговля
 - аукцион

Ключ:

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. б | 2. б | 3. а | 4. а | 5. в |
| 6. б | 7. в | 8. а | 9. а | 10. б |
| 11. б | 12. в | 13. а | 14. в | 15. а |
| 16. б | 17. б | 18. в | 19. в | 20. а |

Раздел 3. Основы менеджмента

1. Менеджмент как наука связана с такими дисциплинами как...
 - а) маркетинг, психология, экономическая теории, культурология
 - б) экономика, маркетинг, психология, история
 - в) экономика предприятия, экономическая теория, маркетинг, психология, управление персоналом
2. Какие из перечисленных ниже факторов относятся к факторам внутренней среды организации...
 - а) цели, задачи, технология, конкуренты, персонал
 - б) цели, задачи, технология, структура, персонал
 - в) потребители, поставщики, местные органы управления
3. Организация как система управления в теории менеджмента должна отвечать основному требованию наличия...
 - а) административно-управленческого персонала
 - б) не менее двух человек, целей, совместного труда
 - в) стратегического плана
 - г) штабных структурных групп и единиц
4. Менеджер – это лицо...
 - а) создающее предприятие
 - б) работающее по найму и отвечающее за эффективность деятельности предприятия
 - в) вкладывающее личный капитал в дело и живущее на дивиденды от него
5. Основоположителем школы «человеческих отношений» является...
 - а) Ф. Тейлор
 - б) Э. Мэйо
 - в) А. Файоль
6. Менеджмент – это...
 - а) наука и искусство
 - б) наука, практика и искусство
 - в) практика
7. Внешняя среда характеризуется...
 - а) сложностью, непредсказуемостью, подвижностью
 - б) сложностью, предсказуемостью, масштабностью
 - в) стабильностью, предсказуемостью
8. Заполните пропуск _____ это специалист по организации и управлению трудом других людей, обладающий полномочиями по принятию решений в оговоренный соответствующим образом сфере...
 - а) лидер
 - б) собственник
 - в) предприниматель
 - г) менеджер
9. Категорию «функция менеджмента» можно характеризовать как...
 - а) регулярную проверку соответствия стратегической установки фирмы имеющимся рыночным возможностям
 - б) вид деятельности, с помощью которого субъект управления воздействует на управляемый объект

в) получение информации, необходимой для диагностики проблем организации

г) проект реструктуризации организации

10. Когда осуществляют текущий контроль...

а) в ходе проведения работ

б) до начала работ

в) после завершения работ

11. Заполните пропуск

Совокупность факторов _____ среды организации характеризуется такими особенностями как сложность, взаимосвязь, подвижность, неопределённость...

а) внутренней

б) внешней

в) экономической

г) политической

12. Заполните пропуск _____ это специалист по организации и управлению трудом других людей, обладающий полномочиями по принятию решений в оговоренной соответствующим образом сфере...

а) лидер

б) собственник

в) предприниматель

г) менеджер

13. Принцип точности планирования означает, что...

а) любой план должен быть составлен с такой точностью, которая возможна

б) план должен быть детально прописан для того, чтобы знать, сколько этапов работы уже осуществлено

в) планируемая деятельность не связана с риском

14. Функции менеджмента – это...

а) планирование, организация, мотивация, контроль, координация

б) планирование, организация, руководство

в) контроль, прогнозирование, мотивация, формирование структуры аппарата управления

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

а) руководстве

б) управлении в сфере услуг

в) управлении в рыночных условиях

16. Наиболее эффективное управление персоналом достигается, если...

а) применять экономический метод стимулирования

б) применять различные методы стимулирования

в) применять административный метод

17. Умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения людей. Это определение...

а) менеджмента

б) маркетинга

в) бухгалтерского учета

18. Какого менеджмента не существует...

а) стратегического

б) финансового

в) стабилизационного

19. Как соотносятся понятия «риск» и «менеджмент»...

а) риск – неотъемлемая часть деятельности менеджера

б) понятия «риск» и «менеджмент» не соотносятся

в) в деятельности менеджера нет места риску, так как он распоряжается, как правило, чужим имуществом

20. Менеджером будет правильно считать...

а) руководителя производственного отдела

б) администратора торгового зала

в) верны ответы, а) и б)

Ключ:

1. в

2. б

3. б

4. б

5. б

6. б

7. а

8. г

9. б

10. а

11. б

12. г

13. а

14. а

15. в

16. б

17. а

18. в

19. а

20. в

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические работы.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная ёмкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – зачета.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 1.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с учебным расписанием. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К зачету допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации.