МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«ПЕТУХОВСКИЙ ТЕХНИКУМ МЕХАНИЗАЦИИ И ЭЛЕКТРИФИКАЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 24D69F8DE37B5248B07573823A4FCFB3
Владелец: Мякинина Лидия Петровна
Действителен: с 05.08.2024 до 29.10.2025

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора
_____Л.П. Мякинина
«02» сентября 2024 г.

Фонд оценочных средств

ОПЦ. 10 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность среднего профессионального образования

35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования

Квалификация:

Техник-механик

Форма обучения

Очная

Петухово
2024

Разработчик:

Преподаватель ФГБПОУ «Петуховский техникум механизации и электрификации сельского хозяйства» Хлыстова Елена Сергеевна.

Утверждено на заседании предметно-цикловой комиссии общепрофессиональных дисциплин и дисциплин профессионального учебного цикла по специальностям «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» «19» _сентября__2024 г., протокол №_1_

	ПК 2.10		

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Не предусмотрен.

3. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ
(по видам контроля)

3.1 Устный опрос

Текущий контроль проводится в форме устного опроса во время проведения практического занятия с целью оценки знаний, умений по теме.

Раздел 1. Экономика

Тема 1.1 Сущность организации как основного звена экономики отраслей

Практическое занятие №1-3

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень вопросов для устного опроса

1. Сущность, роль, задачи и функции предприятий. Классификация предприятий.
2. Организационно-правовые формы предприятий.
3. Современные формы объединения предприятий.
4. Внутренняя и внешняя среда предприятия
5. . Ресурсы, имущество и капитал предприятия

Тема 1.2 Основные принципы построения экономической системы организации

Практическое занятие №4-7

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень вопросов для устного опроса

1. Принципы экономической системы организации.
2. Технология и организация планирования.
3. Виды планирования. Стратегическое и оперативное планирование.
4. Назначение бизнес-плана.
5. Планирование предпринимательской деятельности

Раздел 2. Маркетинг

Тема 2.1 Сущность маркетинга

Практическое занятие № 8-11

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень вопросов для устного опроса

1. Сущность, цели и структура маркетинга
2. Содержание (принципы и функции) маркетинга на предприятии
3. Концепции маркетинга
4. Виды маркетинга.
5. Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности
6. Процесс управления маркетингом
7. Организационные структуры служб маркетинга на предприятии

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности

Практическое занятие № 12-15.

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень вопросов для устного опроса

1.Цели, принципы и методы исследований в маркетинге
2.Маркетинговая информация
3.Порядок (содержание) маркетингового исследования
4. План сбора первичных данных

Раздел 3. Менеджмент
Тема 3.1 Основы менеджмента
Практическое занятие № 16-19.
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10
Перечень вопросов для устного опроса
1. В чем отличие управленческого труда от других видов трудовой деятельности?
2. Почему руководителю нужен комплексный взгляд на вещи?
3. Какие принципы и функции управления, использовавшиеся при строительстве египетских пирамид, Моисеем при организации вывода израильтян из рабства, применяются в современном менеджменте?
4. Что такое принципы управления и как они связаны с целью и методами управления?
5. Какова роль методов в управлении современной организацией?
6. Организация. Жизненный цикл организации.
7. Внутренняя и внешняя среда организации.
8. Сетевые и виртуальные организации.
9. Эффективность деятельности организации.
10. Воспитание лояльности персонала компании.
11. Реструктуризация, реорганизация и реинжиниринг.
12. Проектирование организационных структур.
13. Процессный подход к менеджменту.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии
Практическое занятие № 20-23.
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10
Перечень вопросов для устного опроса
Что такое информационный шум и какие причины его вызывают?
2.Какова взаимосвязь между восприятием и обменом информации?
3.Почему процесс коммуникаций нуждается в обратной связи?
4.В чем заключается опасность фильтрации информации для руководителей организации?
5 Каким образом организация может определить эффективность своих коммуникаций?
6.Опишите препятствия на путях межличностного информационного обмена.

Критерии оценки устного опроса:

- «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал разнообразных литературных источников;

- «хорошо» выставляется обучающемуся, если: он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

- «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он имеет знания только

основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий;

- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, несвязно излагает его, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Компетенции ОК 01-09; ПК 1.1-1.3; ПК 2.1-2.6; ПК 3.1-3.5; ПК 4.1-4.6; ПК 5.1-5.5.считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

3.2Выбрать правильный ответ

Раздел 1.Экономика
Тема 1.1 Сущность организации как основного звена экономики отраслей
Практическое занятие №1-3
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1. Развитие экономического мышления людей способствует:
а) ограничению свободы выбора;
б) ориентации в сфере бизнеса;
в) повышению духовной культуры общества.

2. К материальным относятся потребности человека:
а) в образовании;
б) духовной культуре;
в) бытовой технике.

3. К субститутам относятся товары (услуги):
а) удовлетворяющие исключительно материальные потребности человека;
б) заменяющие друг друга при использовании;
в) дополняющие друг друга при использовании.

4. Месторождение нефти, обнаруженное на дачном участке, является таким экономическим ресурсом, как:
а) предпринимательство;
б) труд;
в) земля.

5. Знание экономических законов способствует:
а) появлению большего количества свободного времени у человека;
б) рациональному поведению в сфере производства и потребления;
в) обесцениванию личных сбережений.

6. К комплементарным относятся товары (услуги):
а) дополняющие друг друга при использовании;
б) заменяющие друг друга при использовании;
в) удовлетворяющие исключительно духовные потребности людей.

7. Компьютеры, обслуживающие работу фирмы, являются таким фактором производства, как
а) капитал;

б) труд;
в) предпринимательство.

8. К базовым (первичным) потребностям относятся:
а) социальные потребности;
б) потребности в почете и уважении;
в) физиологические потребности.

9. Ручка и писчая бумага являются производственным капиталом, когда:
а) они лежат в портфеле;
б) ученик решает задачу по математике;
в) писатель пишет рукопись новой книги.

10. Связь между спросом и ценой на товар:
а) прямо пропорциональна;
б) обратно пропорциональна;
в) отсутствует.

11. Если вы спрашиваете у продавца о стоимости компьютера, то в этом случае деньги выполняют функцию:
а) меры стоимости;
б) средства накопления;
в) средства платежа.

12. Если вы купили в кредит компьютер и собираетесь внести определенную сумму в счет погашения долга, то в этом случае деньги выполняют функцию:
а) меры стоимости;
б) мировых денег;
в) средства платежа.

13. Объем спроса на конкретный товар останется неизменным в случае:
а) изменения цены на данный товар;
б) изменения цены на товары-комплементы;
в) высокого конкурса для поступающих в высшие учебные заведения.

14. Одна из функций современного домашнего хозяйства:
а) утверждение законопроектов;
б) потребление товаров и услуг;
в) осуществление контроля за рыночными ценами.

15.К первичным (первоочередным) расходам домашнего хозяйства относится расход:
а) на оплату обучения;
б) покупку автомобиля;
в) оплату жилья.
16. Увеличение удельного веса расходов на питание в бюджете семьи свидетельствует:
а) о росте благосостояния семьи;
б) снижении благосостояния семьи;
в) стабильном уровне благосостояния семьи.

17. Один из главных факторов, влияющих на уровень благосостояния семьи:
а) исследования в области космической индустрии;
б) налогообложение; %

в) возможность членов семьи реализовывать свои способности.

Тема1.2 Основные принципы построения экономической системы организации
Практическое занятие № 4-7.
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1. Что определяет равновесие на рынке?
а) цены и налоги
б) предложение и спрос
в) конкуренция и монополия
г) инфляция и безработица

2. Что означает термин "рыночная доля"?
а) доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом
б) доля прибыли, получаемая компанией от продажи товара
в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
г) доля затрат на маркетинг от общего бюджета компании

3. Какой тип рынка характеризуется большим числом продавцов и покупателей?
а) монополистическая конкуренция
б) монополия
в) олигополия
г) совершенная конкуренция

4. Что определяет эластичность спроса?
а) чувствительность спроса к изменению цены
б) количество потребляемого товара
в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
г) количество продавцов и покупателей на рынке

5. Что такое ассортимент товаров на рынке?
а) множество различных товаров, предлагаемых на рынке
б) состав продукции одной компании
в) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке
г) доля рыночной цены в стоимости товара

6. Что такое маржинальные издержки?
а) дополнительные издержки при увеличении объема производства на одну единицу
б) общие издержки производства товара
в) чистая прибыль компании
г) издержки на маркетинг и рекламу товара

7. Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?
а) состояние экономики
б) размер компании-производителя
в) уровень конкуренции на рынке
г) потребности потребителей

8. Что такое спрос?
а) объем товаров или услуг, которые покупают на рынке

б) желание купить товар или услугу
в) чистая прибыль компании
г) изменение количества предложения товара на рынке

9. Что такое маржа на рынке?
а) разница между ценой продажи и затратами на производство товара
б) стоимость продукта на рынке относительно его себестоимости
в) доля рыночной цены в общей стоимости товара
г) доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом

10. Какой тип рынка характеризуется небольшим числом продавцов и монополистическим контролем над ценами?
а) монополия
б) олигополия
в) монополистическая конкуренция
г) совершенная конкуренция

11. Что такое сегментация рынка?
а) измерение спроса и предложения на рынке
б) процесс выбора оптимальной цены товара
в) определение доли рынка, которую контролирует конкретная компания
г) разделение рынка на группы схожих потребителей

12. Что такое конкуренция на рынке?
а) состояние, при котором множество компаний борются за долю рынка
б) состояние, при котором одна компания контролирует большую часть рынка
в) состояние, когда спрос превышает предложение товара
г) взаимодействие продавцов и покупателей на рынке

13. Что такое потребность на рынке?
а) желание потребителя получить определенный товар или услугу
б) возможность потребителя купить определенный товар или услугу
в) доля спроса на рынке, занятая конкретной компанией
г) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке

14. Что такое целевой рынок?
а) отдельный рынок, на котором работает компания
б) рынок, где компания ожидает достичь своих бизнес-целей
в) отдельный сегмент спроса на рынке
г) рынок, на котором отсутствует конкуренция

15. Что означает термин "позиционирование на рынке"?
а) процесс определения ожиданий потребителей от товара
б) процесс занимания определенной ниши на рынке
в) процесс анализа рыночной конкуренции
г) процесс определения ценовых стратегий

16. Что такое стимулирование спроса?
а) процесс поддержки и развития спроса на рынке
б) временное снижение цены на товар для привлечения покупателей
в) процесс установления цен на рынке
г) процесс предотвращения спроса

17. Что означает термин "рыночные исследования"?
а) процесс установления цен на рынке
б) процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке
в) процесс выбора маркетинговых стратегий
г) процесс определения доли рынка, занимаемой компанией

Раздел 2. Маркетинг
Тема 2.1 Сущность маркетинга
Практическое занятие № 8-11
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1. Маркетинг — это процесс, состоящий:
а) из определения потребностей покупателей
б) из определения платежной способности покупателей
в) из желания покупателей

2. Выделяют … ключевых элемента концепции маркетинга:
а) 3
б) 4
в) 2

3. Потребительские свойства, такие как надежность, безопасность, экономичность, размер эксплуатационных расходов, марка, производительность, внешний вид, дизайн, определяют:
а) рынок
б) предложение
в) товар

4. Как называются ключевые элементы концепции маркетинга:
а) 2Р
б) 4Р
в) 3Р

5. Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано, но не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести, так ли это:
а) нет
б) отчасти
в) да

6. К основным функциям маркетинга относится:
а) аналитическая
б) теоретическая
в) практическая

7. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка:
а) функция маркетинга
б) цель маркетинга
в) комплекс маркетинга

8. Отвечает за организацию производства товаров и разработку новых технологий, организацию материально-технического снабжения и управление качеством:
а) сбытовая
б) функция управления и контроля
в) производственная

9. Отвечает за организацию сервиса, продаж, формирование и стимулирование сбыта, а также за проведение ценовой и товарной политики компании:
а) сбытовая
б) функция управления и контроля
в) производственная

10. Включает в себя стратегическое и оперативное планирование на предприятии, организацию контроля маркетинга:
а) маркетинговое исследование
б) функция управления и контроля
в) производственная

11. К задачам маркетинга относи(я)тся:
а) комплексное изучение рынка
б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребителей
в) оба варианта верны
г) нет верного ответа

12. К задачам маркетинга относи(я)тся:
а) планирование товарного ассортимента и цен
б) формирование спроса
в) оба варианта верны
г) нет верного ответа

13. Активный процесс получения заданного объема продаж путем использования практических средств, относящихся к понятию 4Р:
а) Стратегический маркетинг
б) Практический маркетинг
в) Операционный маркетинг

14. Представляет собой постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров, предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов:
а) Стратегический маркетинг
б) Практический маркетинг
в) Операционный маркетинг

15. Развивающий маркетинг предприятие применяет, если имеет место спрос:
а) потенциальный
б) позитивный
в) негативный

16. Стратегия скидок с цен предполагает:
а) установление цен на ходовые товары ниже их себестоимости
б) покупку товаров с премией
в) установление зональных цен

17. Стратегия высоких цен применяется, как правило, к:
а) любому товару, находящемуся на стадии внедрения на рынок
б) товару, жизненный цикл которого вступил в стадию зрелости
в) новому, впервые появившемуся на рынке и защищенному патентом товару

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности
Практическое занятие № 12-15
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1 По значению исследования цели могут быть?
а) кабинетные или полевые
б) правильного ответа нет
в) поисковые, описательные или экспериментальные
г) перспективные или текущие
д) все ответы верны

2По источникам информации исследования могут быть?
а) перспективные или текущие
б) поисковые, описательные или экспериментальные
в) все ответы верны
г) кабинетные или полевые
д) правильного ответа нет

3Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?
а) правильного ответа нет
б) полевую
в) кабинетную
г) все ответы верны
д) лабораторную

4 К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?
а) все ответы верны
б) не относится к исследованиям
в) правильного ответа нет
г) кабинетные исследования
д) полевые исследования

5 Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?
а) опрос
б) эксперимент
в) наблюдение
г) все ответы верны
д) правильного ответа нет

6 Анкетирование - это:
а) опрос в форме письменных ответов на вопросы, приведенные в виде таблицы;

б) изучение биографических данных респондента;
в) составление перечня вопросов.

7 Для чего иногда проводится повторное контрольное обследование?
а) для сбора дополнительных данных;
б) чтобы учесть возможные изменения в совокупности;
в) для выявления ошибок и повышения степени надежности информации.

8 Какую роль играет маркетинговая информация в управлении фирмой?
а) она собирается для отчета в налоговой инспекции;
б) она обеспечивает надежность принимаемых маркетинговых решений;
в) она вообще не нужна фирме, успешно выступающей со своим товаром на рынке.

9 В чем проявляется эффективность маркетингового исследования?
а) в экономном расходовании службой маркетинга финансовых средств фирмы;
б) в достижении: цели, поставленной маркетингом фирмы;
в) в проведении маркетингового исследования в соответствии с планом и в установленные сроки.

10 В чем заключается роль статистики в маркетинговом исследовании?
а) в возможности использования компьютерной техники;
б) в возможности использования графиков и диаграмм;
в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей.

11 Маркетинговая информация–это:
а) цифры,факты,сведенияидругиеданные,необходимыедля оценкиипрогнозамаркетинговой деятельности;
б)динамическиеряды,характеризующиеразвитиеэкономики;
в)статистическийбанк маркетинга.

12 Внутренняя маркетинговая информация – это:
а) информация, собираемая фирмой;
б) любая информация, которой располагает фирма;
в) государственная информация, которую приобрела фирма.

13 Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:
а) внешней информацией;
б)внутреннейпервичнойинформацией;
в)внутреннейвторичнойинформацией.

14 «Мозговой штурм» является:
а) психологическоймоделью;
б) методом экспертных оценок;
в)стратегиеймаркетинга.

15 Торговые корреспонденты – это:
а) торговыепартнеры;
б) лица,присылающиевторговыеорганизациижалобы;
в)торговые работники, за особую плату представляющие фирме конъюнктурную и другую маркетинговую информацию.

16 Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
б) собрать информацию о внерыночных организациях;
в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.

17 Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?
а) руководство фирмы;
б) налоговая служба;
в) статистические органы.

Раздел 3. Менеджмент
Тема 3.1 Основы менеджмента
Практическое занятие № 16-19.
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1 Управление – это:
а) руководство производственной деятельностью, сбытом, финансами, персоналом и пр.
б) целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления с целью приведения его в заданное состояние;
в) процесс управления в организации;
г) общественный характер труда;
д) морально-этические рычаги воздействия на персонал.

2 Выделяют следующие виды:
а) управление в неживой природе;
б) управление в обществе;
в) управление в организмах;
г) управление временем.

3 Какое понятие шире:
а) управление;
б) менеджмент;
в) управление общественным производством;
г) управление социально-политическими процессами.

4 Менеджмент – это
а) наука;
б) искусство;
в) процесс управления в организации;
г) технология управления;
д) управляющее звено в организации.

5 Основополагающая цель менеджмента любой организации в терминах рыночных отношений формулируется как
а) удовлетворение запросов потребителей, обеспечивающее собственникам предприятия стабильную прибыль;
б) получение максимальной прибыли;
в) обеспечение непрерывности процесса управления организацией в нестабильных условиях;
г) стабильность, качество, высокая эффективность.

6 Менеджмент – это процесс целенаправленного воздействия органа управления на объект управления для обеспечения эффективного функционирования и развития

организации в специфических условиях хозяйствования:
а) в условиях командной экономики;
б) в условиях рыночной экономики.

7 Какое утверждение, по вашему мнению, наиболее точно отражает предмет науки менеджмента:
а) предмет науки менеджмента - отношения управления между людьми, управленческая деятельность и организационно - экономический механизм ее осуществления на уровне главного звена экономики - предприятия;
б) предмет менеджмента как науки управления – исследование законов и закономерностей жизнедеятельности организации и отношения между работниками в процессе управления;
в) предмет менеджмента как науки управления – внутриорганизационные процессы, связанные с взаимодействием людей в процессе достижения целей организации.

8 Объектом менеджмента является
а) организация;
б) люди;
в) финансовые ресурсы;
г) технология;
д) всё вышеперечисленное.

9 Субъектом менеджмента является
а) организация;
б) люди;
в) руководители разного уровня;
г) коллектив работников.

10 Основу изучения дисциплины «менеджмент» составляет управление
а) идеологическое;
б) государственное;
в) социальное;
г) хозяйственное.

11 Какая школа управления разработала принципы, функции управления и систематизированный подход к управлению всей организацией?
а) научного управления;
б) административная;
в) поведенческих наук;
г) количественная школа.

12 Стратегическое планирование предполагает выполнение следующих управленческих действий
а) формирование (определение) миссии организации;
б) разработку политики реализации плана;
в) постановку целей;
г) разработку правил.

13 Реализация правил, процедур и линий поведения является содержанием …
а) предварительного контроля;
б) текущего контроля;

в) заключительного контроля.

14 Общие характеристики у формальных и неформальных групп(
а) лидеры;
б) задачи;
в) роли её членов;
г) единомыслие.

15 Основные функции управления – это…
а) управление;
б) планирование;
в) мотивация;
г) координация;
д) контроль.

16 Информацию для планирования и мотивации даёт контроль
а) предварительный;
б) текущий;
в) заключительный.

17 Мотивация – это…
а) совокупность приемов и способов поведения;
б) совокупность элементов, связанных между собой;
в) побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе для достижения целей;
г) совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии
Практическое занятие № 230-23
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

1 Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно или спонтанно координируется для достижения
а) прибыли;
б) общей цели;
в) конкурентных преимуществ;
г) рыночных позиций.

2 Выбор миссии организации определяется
а) потребностями внешней среды;
б) корпоративными интересами её учредителей;
в) требованиями конкурентов;
г) получением прибыли.

3 В организации выделяют следующие уровни управления …
а) институциональный, управленческий, технический;
б) институциональное, средний, технологический;
в) организационный, функциональный, линейный;

г) вертикальный и горизонтальный.

4 Пример организации, которую окружает стабильная, но комплексная внешняя среда
а) университет;
б) дистрибьютор пива;
в) авиакомпания;
г) производитель модной одежды.

5 Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?
а) все уровни.
б) низовой;
в) высший;
г) средний.

6 Под стратегией организации следует понимать …
а) всесторонний комплексный план, предназначенный для реализации миссии и достижения целей;
б) комплексный план для получения прибыли в перспективном периоде;
в) план реализации целей;
г) текущие планы для достижения целей.

7 Представление организации как открытой системы означает что организация …
а) находится в динамическом взаимодействии с внешней средой;
б) независима от окружения;
в) не получает ресурсы из внешней среды.

8 Цели организации должны удовлетворить такие основные требования …
а) достижимость, конкретность, ориентация во времени;
б) достижимость и ориентация во времени;
в) ориентация во времени и конкретность;
г) достижимость;
д) ориентация во времени.

9 К внутренней среде 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) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.

10 Что поступает в организацию из внешней среды?
а) цели;
б) информация;
в) ресурсы;
г) отчётные данные.

11 Что характеризует структуру управления?
а) уровни управления;
б) звенья управления;

в) виды ответственности;
г) тип руководства.

12 Что представляет собой уровень управления?
а) вид ответственности;
б) вид руководства;
в) **ступень подчиненности и ответственности**;
г) вид подчиненности.

13 Что понимаете под «принятием решения»?
а) выполнение производственной деятельности;
б) выбор альтернативы из нескольких решений;
в) вид деятельности, не относящийся к менеджеру;
г) удовлетворение потребности.

14 Как классифицируются управленческие решения по степени предопределенности?
а) простые и сложные;
б) единоличные и коллективные;
в) запрограммированные и незапрограммированные;
г) долго-, средне-, краткосрочные.

15 Что можно отметить как недостаток решения основанного на суждениях?
а) дешевизна;
б) быстрота и здравый смысл;
в) накопляемый опыт;
г) сознательная или бессознательная боязнь применения новых подходов при принятии решения в нестандартных ситуациях.

16 Какие требования могут быть предъявлены к управленческим решениям?
а) противоречивость;
б) документированность;
в) обоснованность;
г) правомочность.

17 Процесс принятия решений начинается с
а) формулировки миссии предприятия;
б) постановки управленческих целей;
в) выявления проблемы;
г) определения лица, ответственного за приятие решений.

Оценки «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой, продемонстрировавший умение применять теоретические сведения для решения практических задач, умеющий находить необходимую информацию и использовать ее.

Оценки «хорошо» заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по учебной дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в устном ответе и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Шкала оценивания контролируемых компетенций

Процент результативности правильных ответов	Качественная оценка	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
85-100	5	отлично
66-84	4	хорошо
51-65	3	удовлетворительно
менее 51	2	неудовлетворительно

4. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ
(по темам или разделам)

Используя перечень основной и дополнительной литературы подготовить доклады по следующим разделам и темам дисциплины:

Раздел 1. Экономика

Тема 1.1 Сущность организации как основного звена экономики отраслей

Самостоятельная работа №1

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень рефератов

1 Роль экономической теории в развитии хозяйства и ее место в системе экономических наук.

2. Становление новой экономической теории как синтеза современной экономической мысли.

3. Функции экономической теории и их реализация в современный период развития хозяйства.

4. Эволюция экономической теории как отражение эволюции хозяйства.

5. «Экономический человек» прошлого, настоящего и будущего: сходства и различия.

6. Рациональное экономическое поведение хозяйствующего субъекта: интересы, цели, ограничители принятия решений.

7. Философия - основа экономической теории.

8. История развития основных экономических школ.

9. Вклад отдельных экономических школ в развитие экономической мысли.

Тема 1.2 Основные принципы построения экономической системы организации.

Самостоятельная работа №2

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень рефератов

1 Организационно-правовые формы бизнеса в современной экономике.

2 Акционерные общества: мировой опыт, российские реалии и проблемы.

3 Оффшоры в современной смешанной экономике.

4 «Провалы» рынка и способы их регулирования.
5 Воздействие государства на рыночное ценообразование.
6 Инфраструктура рынка: сущность, основные организационные формы и перспективы развития.
7 Собственность как экономическая и юридическая категория.
8 Виды и формы собственности в современной экономике

Раздел 2. Маркетинг

Тема 2.1 Сущность маркетинга

Самостоятельная работа №3

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень рефератов

1Маркетинг как философия современного бизнеса.
2. Маркетинг и его роль в решении задач стратегического развития предприятия (торговли, питания, промышленности и др.).
3. Маркетинг потребительского общества: состояние и направления совершенствования.
4. Маркетинг в некоммерческих организациях.
5. Сегментация рынков и позиционирование товаров
6. Маркетинговая среда и ее влияние на деятельность предприятия
7. Модели покупательского поведения и принятия решений о покупке
8. Особенности маркетинга на различных стадиях Жизненного цикла товара
9. Ценообразование и стратегии цен в маркетинговой деятельности
10. Цена как маркетинговый инструмент продвижения продукции на рынок
11. Ценообразование в международном маркетинге
12. Реклама как один из основных методов формирования спроса и стимулирования сбыта

Тема 2.2 Организация маркетинговой деятельности

Самостоятельная работа №4

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень рефератов

1. Методология маркетинговых исследований рынка товаров (услуг).
2. Маркетинговые исследования рынка товаров.
3. Маркетинговые исследования при выводе нового продукта на рынок.
4. Бенчмаркинг и развитие конкурентных преимуществ.
5. Нейромаркетинг как инструментарий воздействия на потребителя.
6. Особенности маркетинговой политики в сфере туристических услуг
7. Международная маркетинговая деятельность

Раздел 3. Менеджмент

Тема 3.1 Основы менеджмента

Самостоятельная работа № 5

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Перечень рефератов

1.Понятие управления
2. Понятие менеджмента
3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента
4. Характеристика и этапы развития менеджмента как науки
5. Сущность и содержание менеджмента
6. Цели и задачи менеджмента услуг.
7. Виды и типы менеджмента.
8. Принципы и функции менеджмента.

9. Основные черты и содержание менеджмента услуг в Казахстане.
10. Менеджмент в системе экономических дисциплин.
11. Управленческие революции.
12. Современные концепции менеджмента.
13. Классическая школа управления.
14. Административная школа менеджмента.
15. Неоклассическая школа менеджмента.
16. Количественная школа менеджмента.

Тема 3.2 Менеджмент на предприятии
Самостоятельная работа №6
Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством: ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10
Перечень рефератов
1.Коммуникация, ее значение, виды и функции.
2. Участники деловой коммуникации, ее целевая аудитория.
3. Основные модели и стили деловых коммуникаций.
4. Стратегия и тактика информационного воздействия на участников в процессе коммуникации.
5. Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
6. Смысловые и эмоциональные аспекты деловой коммуникации.
7. Символы и знаки в процессе в коммуникации, их интерпретация и восприятие.

Критерии оценки самостоятельной работы

- «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал разнообразных литературных источников;

- «хорошо» выставляется обучающемуся, если: он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

- «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических заданий;

- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, несвязно излагает его, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Компетенции ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10 считаются сформированными, если обучающийся получил оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

5. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1 Формой проведения оценочной процедуры является дифференцированный зачет, который проводится в форме тестирования. Дифференцированный зачет формируется из заданий, распределенных по компетенциям.
ОК 01; ОК 07; ОК 09; ПК 1.6; ПК 1.8; ПК 1.9; ПК 1.10; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.10

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 01

1. **Развитие _____ _____ людей способствует ориентации в сфере бизнеса**

Ответ: экономического мышления

2. Выделяют … ключевых элемента концепции маркетинга:

а) 3

б) 4

в) 2

3._____**– это целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления с целью приведения его в заданное состояние.**

Ответ: **Управление**

4. **К материальным относятся потребности человека:**

а) в образовании;

б) духовной культуре;

в) бытовой технике.

3. Сопоставьте вид управленческой деятельности и функцию менеджмента

1.Планирование	а) формирует структуру организации и обеспечивает ее всем необходимым
2. Организация	б) определяет цели деятельности и средства их достижения
3. Мотивация	в) предполагает оценку и анализ эффективности результатов работы
4. Контроль	г) побуждает к деятельности для достижения целей организации

Ответ: 1-б; 2-в; 3-г; 4-д

6.**Потребительские свойства, такие как надежность, безопасность, экономичность, размер эксплуатационных расходов, марка, производительность, внешний вид, дизайн, определяют:**

а) рынок

б) предложение

в) товар

7. **К субститутам относятся товары (услуги):**

а) удовлетворяющие исключительно материальные потребности человека;

б) заменяющие друг друга при использовании;

в) дополняющие друг друга при использовании.

8. _____ **— это процесс, состоящий из определения потребностей покупателей**

Ответ: Маркетинг

9. **Выделяют следующие виды:**

а) управление в неживой природе;

б) управление в обществе;

в) управление в организмах;

г) управление временем.

в форме соответствующего падежа.)

10. **Знание экономических законов способствует:**

а) появлению большего количества свободного времени у человека;

б) рациональному поведению в сфере производства и потребления;
в) обесцениванию личных сбережений.

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 07

11. **Как называются ключевые элементы концепции маркетинга:**
а) 2Р
б) 4Р
в) 3Р

12.Какое понятие шире:
а) управление;
б) менеджмент;
в) управление общественным производством;
г) управление социально-политическими процессами.

13**К комплементарным относятся товары (услуги):**
а) дополняющие друг друга при использовании;
б) заменяющие друг друга при использовании;
в) удовлетворяющие исключительно духовные потребности людей.

14.**Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано, но не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести, так ли это:**
а) нет
б) отчасти
в) да

15.**Менеджмент – это**
а) наука;
б) искусство;
в) процесс управления в организации;
г) технология управления;
д) управляющее звено в организации.

16. **Компьютеры, обслуживающие работу фирмы, являются таким фактором производства, как**
а) капитал;
б) труд;
в) предпринимательство.

17. **К основным функциям маркетинга относится:**
а) аналитическая
б) теоретическая
в) практическая

18. **Основополагающая цель менеджмента любой организации в терминах рыночных отношений формулируется как**

а) удовлетворение запросов потребителей, обеспечивающее собственникам предприятия стабильную прибыль;
б) получение максимальной прибыли;
в) обеспечение непрерывности процесса управления организацией в нестабильных условиях;
г) стабильность, качество, высокая эффективность.

19. **Месторождение нефти, обнаруженное на дачном участке, является таким экономическим ресурсом, как:**
а) предпринимательство;
б) труд;
в) земля.

20. _____ _____ **- это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка:**
Ответ: **комплекс маркетинга**

Задания для оценки сформированности компетенции ОК 09

21. Менеджмент – это процесс целенаправленного воздействия органа управления на объект управления для обеспечения эффективного функционирования и развития организации в специфических условиях хозяйствования:
а) в условиях командной экономики;
б) в условиях рыночной экономики.

22. К базовым (первичным) потребностям относятся:
а) социальные потребности;
б) потребности в почете и уважении;
в) физиологические потребности.

23. Отвечает за организацию производства товаров и разработку новых технологий, организацию материально-технического снабжения и управление качеством:
а) сбытовая
б) функция управления и контроля
в) производственная

24Какое утверждение, по вашему мнению, наиболее точно отражает предмет науки менеджмента:
а) предмет науки менеджмента - отношения управления между людьми, управленческая деятельность и организационно - экономический механизм ее осуществления на уровне главного звена экономики - предприятия;
б) предмет менеджмента как науки управления – исследование законов и закономерностей жизнедеятельности организации и отношения между работниками в процессе управления;
в) предмет менеджмента как науки управления – внутриорганизационные процессы, связанные с взаимодействием людей в процессе достижения целей организации.

25. **Ручка и писчая бумага являются производственным капиталом, когда:**
а) они лежат в портфеле;
б) ученик решает задачу по математике;

в) писатель пишет рукопись новой книги.

26. **Отвечает за организацию сервиса, продаж, формирование и стимулирование сбыта, а также за проведение ценовой и товарной политики компании отвечает функция:**
а) сбытовая
б) управления и контроля
в) производственная

27. **Объектом менеджмента является**
а) организация;
б) люди;
в) финансовые ресурсы;
г) технология;
д) всё вышеперечисленное..

28. **Связь между спросом и ценой на товар:**
а) прямо пропорциональна;
б) обратно пропорциональна;
в) отсутствует.

29. **Включает в себя стратегическое и оперативное планирование на предприятии, организацию контроля маркетинга:**
а) маркетинговое исследование
б) функция управления и контроля
в) производственна

30.**Субъектом менеджмента является**
а) организация;
б) люди;
в) руководители разного уровня;
г) коллектив работников.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.6

31. **Если вы спрашиваете у продавца о стоимости компьютера, то в этом случае деньги выполняют функцию:**
а) меры стоимости;
б) средства накопления;
в) средства платежа.

32. **К задачам маркетинга относи(я)тся:**
а) комплексное изучение рынка
б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребителей
в) оба варианта верны
г) нет верного ответа

33. **Основу изучения дисциплины «менеджмент» составляет управление**
а) идеологическое;
б) государственное;
в) социальное;
г) хозяйственное.

34. **Если вы купили в кредит компьютер и собираетесь внести определенную сумму в счет погашения долга, то в этом случае деньги выполняют функцию:**
а) меры стоимости;
б) мировых денег;
в) средства платежа.

35. _____ _____ **- это активный процесс получения заданного объема продаж путем использования практических средств, относящихся к понятию 4Р:**
Ответ: **Операционный маркетинг**

36. **Какая школа управления разработала принципы, функции управления и систематизированный подход к управлению всей организацией?**
а) научного управления;
б) административная;
в) поведенческих наук;
г) количественная школа

37**Объем спроса на конкретный товар останется неизменным в случае:**
а) изменения цены на данный товар;
б) изменения цены на товары-комплементы;
в) высокого конкурса для поступающих в высшие учебные заведения.

38. **Постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров, предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов – это _____**
Ответ: Стратегический маркетинг

39. **Стратегическое планирование предполагает выполнение следующих управленческих действий**
а) формирование (определение) миссии организации;
б) разработку политики реализации плана;
в) постановку целей;
г) разработку правил.

40. **Одна из функций современного домашнего хозяйства:**
а) утверждение законопроектов;
б) потребление товаров и услуг;
в) осуществление контроля за рыночными ценами.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.8

41. **Развивающий маркетинг предприятие применяет, если имеет место спрос:**
а) потенциальный
б) позитивный
в) негативный

42. **Реализация правил, процедур и линий поведения является содержанием …**

а) предварительного контроля;
б) текущего контроля;
в) заключительного контроля.

43. **К первичным (первоочередным) расходам домашнего хозяйства относится расход:**
а) на оплату обучения;
б) покупку автомобиля;
в) оплату жилья.

44. **Стратегия скидок с цен предполагает:**
а) установление цен на ходовые товары ниже их себестоимости
б) покупку товаров с премией
в) установление зональных цен

45. Общие характеристики у формальных и неформальных групп
а) лидеры;
б) задачи;
в) роли её членов;
г) единомыслие.

46. **Увеличение удельного веса расходов на питание в бюджете семьи свидетельствует:**
а) о росте благосостояния семьи;
б) снижении благосостояния семьи;
в) стабильном уровне благосостояния семьи.

47.**Стратегия высоких цен применяется, как правило, к:**
а) любому товару, находящемуся на стадии внедрения на рынок
б) товару, жизненный цикл которого вступил в стадию зрелости
в) новому, впервые появившемуся на рынке и защищенному патентом товару

48. **Основные функции управления – это…**
а) управление;
б) планирование;
в) мотивация;
г) координация;
д) контроль.

49. **_____ _ _____ определяют равновесие на рынке.**
Ответ: предложение и спрос
в) конкуренция и монополия
г) инфляция и безработица

50. **По значению исследования цели могут быть?**
а) кабинетные или полевые
б) правильного ответа нет
в) поисковые, описательные или экспериментальные

г) перспективные или текущие
д) все ответы верны

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.9

51. **Информацию для планирования и мотивации даёт контроль**
а) предварительный;
б) текущий;
в) заключительный.

52. **- это, доля рынка, занятая определенной компанией или продуктом**
Ответ: рыночная доля

53. **По источникам информации исследования могут быть?**
а) перспективные или текущие
б) поисковые, описательные или экспериментальные
в) все ответы верны
г) кабинетные или полевые
д) правильного ответа нет

54. _____ **это побуждение человека или группы людей, у каждого из которых есть свои собственные потребности к работе для достижения целей;**
Ответ: **Мотивация**

55. **Какой тип рынка характеризуется большим числом продавцов и покупателей?**
а) монополистическая конкуренция
б) монополия
в) олигополия
г) совершенная конкуренция

56. **Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?**
а) правильного ответа нет
б) полевую
в) кабинетную
г) все ответы верны
д) лабораторную

57. **Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно или спонтанно координируется для достижения**
а) прибыли;
б) общей цели;
в) конкурентных преимуществ;
г) рыночных позиций.

58. **Чувствительность спроса к изменению цены определяет _____ _____.**
Ответ:эластичность спроса

59. **К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?**
а) все ответы верны
б) не относится к исследованиям
в) правильного ответа нет
г) кабинетные исследования
д) полевые исследования

60.Выбор миссии организации определяется
а) потребностями внешней среды;
б) корпоративными интересами её учредителей;
в) требованиями конкурентов;
г) получением прибыли.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 1.10

61. **Множество различных товаров, предлагаемых на рынке– это _____ _____.**
Ответ: ассортимент товаров на рынке

62. **Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать**?
а) опрос
б) эксперимент
в) наблюдение
г) все ответы верны
д) правильного ответа нет

63. **В организации выделяют следующие уровни управления …**
а) институциональный, управленческий, технический;
б) институциональное, средний, технологический;
в) организационный, функциональный, линейный;
г) вертикальный и горизонтальный.

64. **Дополнительные издержки при увеличении объема производства на одну единицу – это _____ _____.**
Ответ: маржинальные издержки?

65._____**– это опрос в форме письменных ответов на вопросы, приведенные в виде таблицы.**
Ответ: Анкетирование

66.**Пример организации, которую окружает стабильная, но комплексная внешняя среда**
а) университет;
б) дистрибьютор пива;
в) авиакомпания;
г) производитель модной одежды.

67.**Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?**
а) состояние экономики
б) размер компании-производителя
в) уровень конкуренции на рынке
г) потребности потребителей

68.**Для чего иногда проводится повторное контрольное обследование?**
а) для сбора дополнительных данных;
б) чтобы учесть возможные изменения в совокупности;
в) для выявления ошибок и повышения степени надежности информации.

69.**Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой?**
а) все уровни.
б) низовой;
в) высший;
г) средний.

70. **_____ -это объем товаров или услуг, которые покупают на рынке.**
Ответ: спрос

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.5

71. **Какую роль играет маркетинговая информация в управлении фирмой?**
а) она собирается для отчета в налоговой инспекции;
б) она обеспечивает надежность принимаемых маркетинговых решений;
в) она вообще не нужна фирме, успешно выступающей со своим товаром на рынке.

72. _____ _____ **этовсесторонний комплексный план, предназначенный для реализации миссии и достижения целей.**
Ответ: стратегия организации

73. _____ **- разница между ценой продажи и затратами на производство товара.**
Ответ: маржа на рынке

74. **В чем проявляется эффективность маркетингового исследования?**
а) в экономном расходовании службой маркетинга финансовых средств фирмы;
б) в достижении: цели, поставленной маркетингом фирмы;
в) в проведении маркетингового исследования в соответствии с планом и в установленные сроки.

75. **Представление организации как открытой системы означает что организация …**
а) находится в динамическом взаимодействии с внешней средой;
б) независима от окружения;
в) не получает ресурсы из внешней среды.

76. **Какой тип рынка характеризуется небольшим числом продавцов и монополистическим контролем над ценами?**
а) монополия
б) олигополия

в) монополистическая конкуренция
г) совершенная конкуренция

77.**В чем заключается роль статистики в маркетинговом исследовании?**
а) в возможности использования компьютерной техники;
б) в возможности использования графиков и диаграмм;
в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей.

78. **Цели организации должны удовлетворить такие основные требования …**
а) достижимость, конкретность, ориентация во времени;
б) достижимость и ориентация во времени;
в) ориентация во времени и конкретность;
г) достижимость;
д) ориентация во времени.

79. **Что такое сегментация рынка?**
а) измерение спроса и предложения на рынке
б) процесс выбора оптимальной цены товара
в) определение доли рынка, которую контролирует конкретная компания
г) разделение рынка на группы схожих потребителей

80 _____ _____**–это цифры, факты, сведения и другие данные, необходимые для оценки и прогноза маркетинговой деятельности.**
Ответ: Маркетинговая информация

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.6

81. **К внутренней среде 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) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.

82_____ _____ **- это состояние, при котором множество компаний борются за долю рынка.**
Ответ: конкуренция на рынке

83. _____ _____**– это любая информация, которой располагает фирма.**
Ответ: внутренняя маркетинговая информация

84. **Что поступает в организацию из внешней среды?**
а) цели;
б) информация;
в) ресурсы;
г) отчётные данные.

85**Что такое потребность на рынке?**
а) желание потребителя получить определенный товар или услугу
б) возможность потребителя купить определенный товар или услугу

в) доля спроса на рынке, занятая конкретной компанией
г) словарь профессиональных терминов, используемых на рынке

86. **Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:**
а) внешней информацией;
б) внутренней первичной информацией;
в) внутренней вторичной информацией.

87. **Что характеризует структуру управления?**
а) уровни управления;
б) звенья управления;
в) виды ответственности;
г) тип руководства.

88.**Что такое целевой рынок?**
а) отдельный рынок, на котором работает компания
б) рынок, где компания ожидает достичь своих бизнес-целей
в) отдельный сегмент спроса на рынке
г) рынок, на котором отсутствует конкуренция

89. **«Мозговой штурм» является:**
а) психологической моделью;
б) методом экспертных оценок;
в) стратегией маркетинга.

90. **Что представляет собой уровень управления?**
а) вид ответственности;
б) вид руководства;
в) **ступень подчиненности и ответственности**;
г) вид подчиненности.

Задания для оценки сформированности компетенции ПК 2.10

91.**Что означает термин "позиционирование на рынке"?**
а) процесс определения ожиданий потребителей от товара
б) процесс занимания определенной ниши на рынке
в) процесс анализа рыночной конкуренции
г) процесс определения ценовых стратегий

92. **Торговыеработники, за особую плату представляющие фирме конъюнктурную и другую маркетинговую информацию - _____ _____.**
Ответ: **Торговые корреспонденты**

93.**Выбор альтернативы из нескольких решений – это _____ _____.**
Ответ: принятие решения

94. **Что такое стимулирование спроса?**
а) процесс поддержки и развития спроса на рынке
б) временное снижение цены на товар для привлечения покупателей
в) процесс установления цен на рынке
г) процесс предотвращения спроса

95**Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:**
а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
б) собрать информацию о внерыночных организациях;
в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.

96**Как классифицируются управленческие решения по степени предопределенности?**
а) простые и сложные;
б) единоличные и коллективные;
в) запрограммированные и незапрограммированные;
г) долго-, средне-, краткосрочные.

97. **Что означает термин "рыночные исследования"?**
а) процесс установления цен на рынке
б) процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке
в) процесс выбора маркетинговых стратегий
г) процесс определения доли рынка, занимаемой компанией

98.Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?
а) руководство фирмы;
б) налоговая служба;
в) статистические органы.

99Что можно отметить как недостаток решения основанного на суждениях?
а) дешевизна;
б) быстрота и здравый смысл;
в) накопляемый опыт;
г) сознательная или бессознательная боязнь применения новых подходов при принятии решения в нестандартных ситуациях.

100. _____ _____ -это процесс изучения потребностей потребителей и предложений на рынке
Ответ: Рыночные исследования

101. **К задачам маркетинга относи(я)тся:**
а) планирование товарного ассортимента и цен.
б) формирование спроса.
в) оба варианта верны .
г) нет верного ответа.

102. **Процесс принятия решений начинается с**
а) формулировки миссии предприятия;
б) постановки управленческих целей;
в) выявления проблемы;
г) определения лица, ответственного за приятие решений.

5.2 Критерии оценки

Дифференцированный зачет проводится в группе численностью не более 25 человек.

Время выполнения задания – 90 минут.

Оценки «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой, продемонстрировавший умение применять теоретические сведения для решения практических задач, умеющий находить необходимую информацию и использовать ее.

Оценки «хорошо» заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по учебной дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в устном ответе и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Критерии оценивания контролируемых компетенций

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 1.6	Выполнять оперативное планирование работ по подготовке и эксплуатации сельскохозяйственной техники
ПК.1.8	Осуществлять выдачу заданий по агрегатированию трактора и сельскохозяйственных машин, настройке агрегатов и самоходных машин
ПК.1.9	Осуществлять контроль выполнения ежесменного технического обслуживания сельскохозяйственной техники, правильности агрегатирования и настройки машинно-тракторных агрегатов и самоходных машин, оборудования на заданные параметры работы, а также оперативный контроль качества выполнения механизированных операций.
ПК 1.10	Осуществлять оформление первичной документации по подготовке к эксплуатации и эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования, готовить предложения по повышению эффективности ее использования в организации.
ПК 2.5	Выполнять оперативное планирование выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники и оборудования.
ПК 2.6	Осуществлять выдачу заданий на выполнение операций в рамках технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и

	оборудования, на постановку на хранение (снятие с хранения) сельскохозяйственной техники и оборудования
ПК 2.10	Оформлять документы о проведении ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования, составлять техническую документацию на списание сельскохозяйственной техники, непригодной к эксплуатации, готовить предложения по повышению эффективности технического обслуживания и ремонта сельскохозяйственной техники и оборудования в организации.

Шкала оценивания контролируемых компетенций

Процент результативности правильных ответов	Качественная оценка	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
85-100	5	отлично
66-84	4	хорошо
51-65	3	удовлетворительно
менее 51	2	неудовлетворительно

Эталон ответов

ОК.01	
1	экономического мышления
2	б
3	Управление
4	в
5	1-б, 2-в, 3-г, 4-д
6	в
7	б
8	Маркетинг
9	а, б,в
10	б
ОК.07	
11	б
12	а
13	а
14	в
15	а, б,в, д
16	а
17	а
18	а
19	в
20	Комплекс маркетинга
ОК.09	
21	в
22	в
23	в
24	в
25	в
26	а
27	а, б
28	в
29	б
30	в
ПК.1.6	
31	б

32	в
33	в, г
34	а
35	Операционный маркетинг
36	б
37	б
38	Стратегический маркетинг
39	а, б, в
40	б
ПК.1.8	
41	а
42	а
43	в
44	б
45	а, б
46	Б
47	в
48	б, в
49	Предложение и спрос
50	г
ПК.1.9	
51	в
52	Рыночная доля
53	г
54	Мотивация
55	г
56	б
57	б
58	Эластичность спроса
59	г
60	а
ПК.1.10	
61	Ассортимент товаров на рынке
62	в
63	г
64	Маржинальные издержки
65	Анкетирование
66	а
67	в
68	в
69.	в
70.	Спрос
ПК.2.5	
71.	б
72	Стратегия организации
73	Маржа на рынке
74	б
75	а
76	б
77	в
78	а
79	г

80	Маркетинговая информация
ПК 2.6	
81	в
82	Конкуренция на рынке
83	Внутренняя маркетинговая информация
84	б, в
85	а
86	а
87	а, б
88	б
89	б
90	в
ПК 2.10	
91	б
92	Торговые корреспонденты
93	принятие решения
94	а
95	в
96	в
97	б
98	а
99	г
100	Рыночные исследования
101	в
102	в