

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Комин Андрей Эдуардович
Должность: ректор
Дата подписания: 30.10.2023 09:37:57
Уникальный программный ключ:
f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af0547bb040c01b0c0ae2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Приморская государственная сельскохозяйственная академия»
Институт земледелия и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЗаТ

Наумова Т.В.
17 марта 2023 г.

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ
(наименование дисциплины)

35.03.04 Агрономия
(код и наименование направления подготовки)

«Агрономия»
(наименование профиля подготовки)

бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

г. Уссурийск 2023

Лист согласований

Фонд оценочных средств составлен с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 35.03.04 «Агрономия», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 669 от 26.07.2017

Разработчик:

Ст.преподаватель

(должность)

(подпись)

Федореева О.Е.

(Ф.И.О.)

Руководитель ОПОП

(должность)

(подпись)

Наумова Т.В.

(Ф.И.О.)

Рассмотрен и одобрен на совете института, протокол № 4 от «17» марта 2023
г.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

а. модели контролируемых компетенций

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции
Общие профессиональные компетенции			
ОПК -6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК 6.1	демонстрирует базовые знания экономики в профессиональной деятельности
		ОПК 6.2	определяет экономическую эффективность принятых решений в профессиональной деятельности.

б. – сведения об иных дисциплинах (модулях), участвующих в формировании данных компетенций

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности (ОПК 6.1);
- методику определения экономической эффективности принятых решений в области менеджмента и маркетинга (ОПК 6.2);

Уметь:

- использовать базовые положения менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности (ОПК 6.1);
- определять экономическую эффективность принятых решений в области менеджмента и маркетинга (ОПК 6.2).

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 1 – Оценка контролируемой компетенции дисциплины (модуля)

№ п/п	Код контролируемой компетенции (индикатора достижения компетенции)	Контролируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
5	ОПК 6.1	<i>Знать:</i> теоретические основы менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности	Тест (письменно) Реферат (письменно и устно)
		<i>Уметь:</i> использовать базовые положения менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности	Тест (письменно) Задача (практическое задание) (письменно)
6	ОПК 6.2	<i>Знать:</i> методику определения экономической эффективности принятых решений в области менеджмента и маркетинга	Тест (письменно)
		<i>Уметь:</i> определять экономическую эффективность принятых решений в области менеджмента и маркетинга	Тест (письменно) Задача (практическое задание) (письменное)

Таблица 2 – Примерный перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений, обучающегося	Фонд тестовых заданий
2	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам / разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной	Темы рефератов

		(учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	
4	Задача (практическое задание)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задача (задание) должна быть направлена на оценивание тех компетенций, которые подлежат освоению в данной дисциплине, должна содержать четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	Комплект задач и заданий
5	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
6	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала, темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам/ разделам

Таблица 3 – Критерии и шкалы для оценки уровня сформированности компетенции в ходе освоения дисциплины

Показатели оценивания	Критерии оценки уровня сформированности компетенции (ОПК 6.1; ОПК 6.2)*			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	Отлично
«Знать»	Уровень знаний ниже минимально допустимых требований; имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний; допущено множество негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе; допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе; без ошибок
«Уметь»	При решении типовых (стандартных) задачи не продемонстрированы некоторые основные умения. Имеют место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые (стандартные) задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, некоторые – на уровне хорошо закрепленных навыков. Решены все основные задачи с отдельными несущественными ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, без недочетов.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний и умений недостаточно для решения практических профессиональных задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний и умений в целом достаточно для решения стандартных практических профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний и умений в целом достаточно для решения стандартных практических профессиональных задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний и умений и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических профессиональных задач
Уровень сформированности компетенции	Низкий	Пороговый	Базовый	Высокий
Сумма баллов (Б)**	0 – 60	61 – 75	76 – 85	86 – 100

* – Оценивается для каждой компетенции отдельно.

**– Суммируется балл по показателям оценивания «знать» и «уметь»; при этом соотношение компонентов компетенции в общей трудоемкости дисциплины «знать» / «уметь» составляет 40 / 60.

3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация качества подготовки обучающихся по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами Академии и является обязательной, предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета, экзамена, защиты курсовой работы.

Экзамен (зачет) имеет целью проверить и оценить учебную работу обучающихся, уровень сформированности компетенций, их глубину и умение применить соответствующие знания при решении практических задач; также экзамен (зачет) способствует развитию творческого мышления, овладению профессиональными умениями в объеме требований рабочей программы дисциплины (модуля).

Промежуточная аттестация по дисциплине включает оценивание результатов обучения в форме **зачета** (6 семестр).

Обучающиеся готовятся к зачету самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы. При необходимости обучающиеся обращаются за консультацией к преподавателю, ведущему данную дисциплину.

Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбирается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене / зачете.

Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбирается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене / зачете.

Методика оценивания

По столбальной шкале в таблицу 4 занести баллы (B_i), полученные обучающимся в ходе освоения дисциплины. (критерии представлены в таблице 3).

Таблица 4 – Пример расчетной таблицы итогового оценивания компетенций у обучающегося по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

Код индикатора компетенции	Условное обозначение	Оценка приобретенных компетенций в баллах
ОПК 6.1	Б1	30
ОПК 6.2	Б2	30
Итого	($\sum B_i$)	60
В среднем	($\sum B_i$)/ n	48

2) Определить оценку по дисциплине (модулю) по шкале соотношения баллов и оценок (таблица 5).

Таблица 5 – Шкала измерения уровня сформированности компетенций в результате освоения дисциплины (модуля) «Экономика и организация производства»

Итоговый балл	0-20	21-35	36-50	51-60
Оценка	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Уровень сформированности компетенций	низкий	Пороговый	Базовый	Высокий

Знания, умения обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются «зачтено», «не зачтено».

«*Зачтено*» – обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«*Не зачтено*» – обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Показатели «знать», «уметь» **при промежуточной аттестации в форме экзамена** определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», что соответствует уровням сформированности компетенций «высокий», «базовый», «пороговый», «низкий».

«*Отлично*» – обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«*Хорошо*» – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и вла-

деет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«Удовлетворительно» – обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«Неудовлетворительно» – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Текущая аттестация обучающихся по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг» проводится в форме контрольных мероприятий (тестов, решения задач, защиты рефератов) по оцениванию фактических результатов освоения дисциплины (модуля) в разрезе компетенций и с дифференциацией по показателям «ЗНАТЬ» и «УМЕТЬ».

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Содержательный элемент (модуль): Менеджмент

4.1 Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.1 по показателю «Знать»

Тип заданий: открытого типа

Вариант задания 1.

Закончите предложение: Какая функция управления предполагает определение целей деятельности, способов и сроков их достижения? _____

Вариант задания 2

Закончите предложение: 14 научных принципов управления организацией сформулировал _____

Вариант задания 3

Закончите предложение: Управленческое решение – это концентрированное выражение процесса _____

Вариант задания 4.

Закончите предложение: Управленческое решение – это выбор альтернативы _____

Вариант задания 5.

Закончите предложение: Основные функции менеджмент – это

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Вариант задания 6.

Вставьте пропущенное слово «... менеджмент — это концепция управления фирмой в долгосрочной перспективе».

Тип заданий: закрытого типа

Вариант задания 7.

Выберите один правильный ответ. Чтобы вознаграждение служило мотивирующим фактором необходимо, чтобы оно соответствовало:

1. ценности сотрудника
2. ожиданиям сотрудника
3. среднеотраслевому уровню
4. возможностям организации

Вариант задания 8.

Выберите один правильный ответ. Сдельная форма оплаты труда используется в случаях, когда:

1. цикл работы слишком длинный
2. в работе постоянно происходят изменения
3. работу сложно измерить и она не увязана с конкретными исполнителями
4. работу можно легко измерить и она увязана с конкретными исполнителями

Вариант задания 9.

Выберите один правильный ответ. Свободные, обусловленные внутренними побуждениями действия человека, направленные на достижение своих целей, реализацию своих интересов – это:

1. цели
2. стимул
3. потребности
4. мотивационная деятельность

Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

Вариант задания 10.

Установите соответствие между принципами и их характеристикой:

1.	Организация	1	- это процесс приобщения рабочих до высокопроизводительности труд
2.	Мотивация	2	- это процесс установления пропорций и согласование действий в системе управления.

3.	Координация	3	- это процесс, т.е. такой этап управления, на котором определяются цели, ресурсы, необходимые для достижения этих целей, способы достижения поставленных целей
4.	Контроль	4	- это процесс формирования структуры управления и создания определенного порядка в работе.
		5	- это система наблюдения и проверки функционирования предприятия.

Вариант задания 11.

Соотнесите типы организационных отношений с приведенными примерами.

1.	формальный	1	секретарь руководителя звонит начальнику цеха, своему бывшему однокласснику, и информирует его о срочном собрании через полтора часа в главной переговорной
2.	внеформальный	2	секретарь руководителя звонит начальнику цеха, своему бывшему однокласснику, и информирует его о предстоящих изменениях в работе его цеха, которые скорее всего наступят после совещания с руководителем производства
3.	неформальный	3	секретарь руководителя просит у начальника цеха, своего бывшего одноклассника, показать производство недавно нанятому менеджеру, потому что он путается в производственном цикле и постоянно конфликтует из-за этого с начальством

Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.2 по показателю «Знать»

Вариант задания 1.

Выберите один правильный ответ. Какой метод поиска управленческих решений применяется в тех случаях, когда имеется минимум информации о решаемой проблеме и установлены сжатые сроки для ее решения.

1. Метод последовательных уступок.
2. Метод Дельфи.
3. Метод мозгового штурма.
4. Любой из представленных методов

Вариант задания 2.

Выберите один правильный ответ. Какой метод оценки вариантов управленческих решений применяется в тех случаях, когда задача полностью или частично не поддается формализации.

1. Метод последовательных уступок.
2. Метод Дельфи.
3. Метод мозгового штурма
4. Любой из представленных методов

Вариант задания 3.

Выберите все правильные ответы (один или несколько). Отличительные по содержанию характеристики управленческих решений в организациях и в частной жизни - это:

1. цели;
2. проблемы;
3. разделение труда;
4. профессионализм;
5. актуальность.

Вариант задания 4.

Выберите все правильные ответы (один или несколько). Преимущества японской модели принятия решений - это:

1. оперативность разработки;
2. оперативность реализации;
3. персонификация ответственности;
4. обоснованность решения.

Вариант задания 5.

Выберите все правильные ответы (один или несколько). Возможные недостатки японской модели принятия решений - это:

1. длительный период разработки решения;
2. демократизация принятия решений;
3. бюрократизация принятия решений;
4. согласование решения в процессе его разработки.

Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

Вариант задания 6.

Установите соответствие элементов процесса принятия решения и его аспектов; элементы:

- a) анализ, преобразование сведений (данных) о ситуации;
- b) логические мыслительные операции;
- c) выбор методов разработки решения;
- d) нормативно-правовое обеспечение решения;

аспекты:

1. юридический;
2. информационный;
3. психологический;
4. организационный.

Вариант задания 7.

Установите соответствие стилей руководства и форм взаимоотношений руководителя с подчиненными:

стили руководства:

- a) авторитарный;
- b) индивидуально-консультационный;
- c) консультационно-групповой;
- d) демократический (полного участия);

формы взаимоотношений:

1. игнорирование мнения подчиненных;
2. предоставление подчиненными руководителю информации;
3. утверждение решения, выработанного подчиненными;
4. групповые консультации;
5. индивидуальные консультации.

Вариант задания 8.

Установите соответствие действий и стадий принятия решений; действия:

- a) сбор информации;
- b) выявление мнения работников о вариантах решения;
- c) распределение обязанностей между исполнителями;
- d) определение промежуточных результатов решения;

стадии:

1. контроль;
2. аналитическая;
3. согласование;
4. управление реализацией.

Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.1 по показателю «Уметь»

Вариант задания 1.

Расставьте в правильном порядке.

Определите последовательность этапов процесса управления.

1. принятие управленческих решений
2. моделирование состояния объекта управления
3. организация выполнения управленческих решений

Вариант задания 2.

Установите правильную последовательность стадий принятия решений:

1. утверждение;
2. анализ ситуации;
3. выбор критериев;
4. идентификация проблемы;
5. организация выполнения;
6. выбор альтернативы.

Вариант задания 3.

Какая последовательность из предложенных ниже шагов предпочтительнее при принятии управленческого решения, базирующегося на рациональной модели?

1. Разработка вариантов решений, анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов.
2. Анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, согласование выбранного варианта решения с коллективом, оценка решения проблемы, организация выполнения решения.
3. Формулировка проблемы, выбор приемлемого из вариантов решения проблемы, обсуждение выбранного варианта решения.
4. Формулировка проблемы и проблемной ситуации, разработка вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.
5. Формулировка проблемной ситуации, анализ вариантов решений, обсуждение вариантов решения в коллективе, выбор решения, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

Вариант задания 4

Отпускает относительно ограниченную номенклатуру продукции, требует принятия стандартных управленческих задач, дифференцированных по функциям. Данная ситуация описывает структуру:

1. линейную;

2. линейно-штабную;
3. функциональную.

Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.2 по показателю «Уметь»

Вариант задания 1.

Ситуация. На кондитерской фабрике «Полёт» есть три цеха. В цехе № 1 работницы разделились на две группы: занимающиеся аэробикой и любители вышивания, в цехе № 2 образовались четыре группы: подруги Колесниковой, подруги Шевцовой, подруги начальника цеха Ивановой и увлекающиеся разведением домашних цветов. В цехе № 3 всех объединяет начальник цеха Петрова. Работницы уважают и ценят ее как профессионала и как личность. Назовите количество формальных и неформальных организаций:

Вариант задания 2.

Ситуация. На кондитерской фабрике «Полёт» есть три цеха. В цехе № 1 работницы разделились на две группы: занимающиеся аэробикой и любители вышивания, в цехе № 2 образовались четыре группы: подруги Колесниковой, подруги Шевцовой, подруги начальника цеха Ивановой и увлекающиеся разведением домашних цветов. В цехе № 3 всех объединяет начальник цеха Петрова. Работницы уважают и ценят ее как профессионала и как личность. Укажите номер цеха, в котором формальный лидер является одновременно неформальным.

Вариант задания 3.

Директор кондитерского предприятия непосредственно руководит производством продукции. Однако решения он принимает, пользуясь рекомендациями отдела бухгалтерии и отдела сбыта. Какую организационную структуру характеризует данная ситуация:

1. функциональную;
2. линейно-функциональную;
3. линейную.

Содержательный элемент (модуль): Маркетинг

4.1 Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.1 по показателю «Знать»

Тип заданий: закрытого типа

Вариант задания 1.

Потребность- это

1. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
2. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;
3. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;
4. все ответы верны;

Вариант задания 2.

Понятие микросреды отражает?

1. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно;
2. силы, не влияющие на деятельность предприятия;
3. силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель;
4. все ответы верны;

Вариант задания 3.

К микросреде предприятия не относятся?

1. достижения научно-технического прогресса;
2. население всей страны;
3. торговые организации;
4. средства массовой информации;

Вариант задания 4.

Контактные аудитории- это.....

1. субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей;
2. субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары;
3. субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары;
4. акционеры, законодатели, представителями городских властей или иная группа.

Вариант задания 5.

Основной комплекса маркетинга является?

1. цена, товар, место, продвижение;
2. микросреда;
3. модель 4P;
4. субъекты маркетинга;

Вариант задания 6.

Позиционирование товара — это....

1. сегментирование рынка;
2. определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара;
3. поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;
4. выбор целевого рынка;

Вариант задания 7.

Критерии оценки сегментов необходимы для:

1. определения емкости рынка;
2. обоснования целевого рынка;
3. формирования предложения для сегмента;
4. все ответы верны.

Вариант задания 8.

Какое из указанных определений соответствует маркетинговому определению сегмента?

1. совокупность потребителей со схожими потребностями;
2. часть потребителей, интересующихся товарами вашей фирмы;
3. потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения товара;
4. население данного региона.

Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

Вариант задания 9.

Установите соответствие между видами маркетинга при различных состояниях спроса:

Состояние спроса	Вид маркетинга
------------------	----------------

1	Потенциальный	1	Противодействующий
2	Падающий	2	Развивающийся
3	Отсутствующий	3	Ремаркетинг
4	Иррациональный	4	синхромаркетинг

Вариант задания 10.

Установите соответствие между функциями маркетинга и их характеристикой:

1	Аналитическая	1	организация стратегического и оперативного планирования, информационное обеспечение управления, коммуникативная функция.
2	Производственная	2	организация системы товародвижения, организация сервиса, организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта, формирование товарной и ценовой политики;
3	Сбытовая	3	организация производства нового товара, организация снабжения, управление производственным качеством;
4	Управления и контроля	4	изучение и оценка внешней (в первую очередь рыночной) и внутренней среды фирмы,

Вариант задания 11.

Установите соответствие между концепциями маркетинга и их характеристикой:

1	Совершенствование производства	1	определение нужд и потребностей условных рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов способами
2	Совершенствование товара	2	установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителя и общества в целом
3	Маркетинга	3	исходит из того, что потребители не будут покупать товары фирмы в достаточных количествах, если она не предпримет достаточных усилий в сфере сбыта и стимулирования.
4	Социально-этического маркетинга.	4	исходит из того, что потребители будут благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по ценам
5		5	утверждает, что потребители будут покупать только те товары, которые имеют лучшие эксплуатационные свойства, обладают высшим качеством и, главное, - фирма должна учитывать любые пожелания клиента

4.1 Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.1 по показателю «Уметь»

Тип заданий: открытого типа

Вариант задания 1.

Опрос покупателей томатного супа, проведенный в прошлом месяце для изучения интенсивности потребления, дал следующие результаты: никогда не покупал его ранее 4%, купил его в первый раз - 3%, купил его во второй раз - 7%, купил его в третий раз - 12%, по-

купал его более трех раз - 74%. На какой стадии жизненного цикла находится данная марка?

Тип заданий: закрытого типа

Вариант задания 2.

Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового товара. Оценки показывают, что постоянные издержки составят 2,4 млн. руб. в год. При продажной цене 20 руб. за одно изделие точка безубыточности по оценкам будет достигнута при годовом объеме продаж в 400 000 изделий. Чему равны переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности?

1. 2 руб.
2. 8 руб.
3. 14 руб.
4. 16 руб.

Вариант задания 3.

Если кафе продаёт пиццу по цене 200 руб., при этом ее себестоимость составляет 140 руб., то величина наценки в процентах от розничной цены составляет:

1. 14,3%
2. 70%
3. 30%
4. 3%.

Вариант задания 4

Отметьте, какие разделы не включают в план проведения маркетингового исследования:

1. описание формирования цены на товар;
2. предпочтительный вариант размещения рекламы;
3. формулировка цели исследования;
4. определение объекта и предмета исследования и их описание.

4.1 Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.2 по показателю «Знать»

Тип заданий: закрытого типа

Вариант задания 1.

Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

1. большое число потребителей;
2. превышение предложения над спросом;
3. превышение спроса над предложением;
4. все ответы верны;

Вариант задания 2.

Маркетинговые цели должны быть:

1. определёнными количественно и качественно;
2. достижимыми в конкретных рыночных условиях;
3. способными к адаптации в случае изменения рыночных условиях;
4. все ответы верны.

Вариант задания 3.

Любая фирма может воздействовать на рынок?

1. через модель 4P;
2. только рекламой;
3. только ценой;

4. только товаром;

Вариант задания 4.

На рынке массового питания г. Москвы развивается новая форма обслуживания потребителей «Русские блины» предлагающая широкий ассортимент блюд русской национальной кухни. Предполагается, что такие предприятия могут составить в будущем серьезную конкуренцию продукции «Макдональдса», пропагандирующего американский способ быстрого «бутербродного» питания. Какой вид конкуренции имеет место?

1. Функциональная
2. Ассортиментная
3. Межфирменная
4. Межотраслевая

Тип заданий: открытого типа

Вариант задания 5.

Установление целей деятельности фирмы на определенном рынке и обоснование способов и средств их достижения в рамках определенного периода времени —
..... маркетинга.

Вариант задания 6

Тенденция развития предприятий общепита, проявляющаяся в распространении качества и разнообразии услуг, их специфичности зависит от

Вариант задания 7

Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?

1. поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги);
2. максимального снижения издержек производства;
3. наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом;
4. все ответы верны;

Тип заданий: установление правильной последовательности в предложенных вариантах ответов

Вариант задания 8.

Установите соответствие между классическими методами маркетингового исследования рынка и их характеристикой:

Опрос	1	компания собирает определенную группу людей из целевой аудитории для проведения беседы и выяснения важных для предприятия вопросов;
Эксперимент	2	проверка наличия причинно-следственной связи между двумя событиями или функции (зависимости) одного события по другому событию;
Каузальное исследование	3	метод сбора информации, посредством выяснение мнений опрашиваемой аудитории;
	4	изучение влияния определенных факторов на объект исследования, погружением объекта в среду, приближенную к реальности;

Вариант задания 9.

Установите соответствие между факторами и направлениям SWOT - анализа:

1	Слабые стороны (weaknesses)	1	рост потребителей продуктов
2	Сильные стороны (strength)	2	высокие налоговые ставки
3	Опасности (threats)	3	большая энергоёмкость и материалоемкость производств
4	Возможности (opportunities)	4	ценовые преимущества

Вариант задания 10.

Установите соответствие между стратегиями охвата рынка и их характеристикой:

1	Массовый	1	фирма концентрирует свое внимание на конкретном сегменте рынка, либо же на большей доле одного или нескольких субрынков;
2	Дифференцированный	2	фирма решает пренебречь различиями в сегментах и обратиться ко всему рынку с одним и тем же предложением;
3	Концентрированный	3	фирма выступает сразу на нескольких сегментах рынка и разрабатывает для каждого из сегмента отдельное предложение
		4	

4.1 Тестовые задания для оценки компетенции ОПК 6.2 по показателю «Уметь»

Тип заданий: закрытого типа

Вариант задания 1.

Согласно годовому маркетинговому плану Отдел Сбыта должен увеличить продажи на 40%. При росте прибыли компании на 10%. Это может быть:

1. стратегия увеличения прибыли
2. стратегия увеличения продаж
3. стратегия максимального роста
4. нет правильного ответа.

Вариант задания 2.

Основной конкурент снизил цену на товар, предприятие должно:

1. снизить цену на свой товар;
2. выяснить причины снижения цены конкурентом;
3. поднять цену на свой товар;
4. оставить цену на прежнем уровне;
5. увеличить расходы на рекламу.

Вариант задания 3.

Установите соответствие между стратегиями охвата рынка и их характеристикой:

1	Массовый	1	фирма концентрирует свое внимание на конкретном сегменте рынка, либо же на большей доле одного или нескольких субрынков;
2	Дифференцированный	2	фирма решает пренебречь различиями в сегментах и обратиться ко всему рынку с одним и тем же предложением;

3	Концентрированный	3	фирма выступает сразу на нескольких сегментах рынка и разрабатывает для каждого из сегмента отдельное предложение
		4	

Вариант задания 4.

Установите соответствие между стратегиями ценообразования и их характеристикой:

1	Стратегия высоких цен («снятие сливок»)	1	фирма концентрирует свое внимание на конкретном сегменте рынка, либо же на большей доле одного или нескольких субрынков;
2	Стратегия рыночных цен	2	соотнесение предприятием своих цен с ценами конкретного товара предприятия-лидера на данном рынке
3	Стратегия ценового лидера	3	цена, характерная для понижающейся конъюнктуры рынка
		4	высокая цена для покупателей, ориентированных на качество и уникальность товара, а не на цену

Вариант задания 5.

Цены Apple на недавно выпущенные товары кажутся настолько высокими, что они почти не убеждают покупателей в каждом предложении нового продукта. Тем не менее, в дни выхода iPhone у магазинов Apple все еще есть очереди. Какую стратегию ценообразования использует компания Apple?

Вариант задания 6.

Компания специализируется на производстве садовых беседок. Постоянные затраты на весь объем производства за месяц составили 12000 тыс. руб., а переменные – 15 тыс. руб. на единицу продукции. Планируемый объем продаж в месяц – 800 штук. Какую отпускную цену на садовую беседку должно установить предприятие, чтобы бизнес был безубыточным?

Вариант задания 7.

Определите цену товара, если известно, что коэффициент сезонности спроса равен 0,5, добавочная прибыль – 120 руб., себестоимость товара – 250 руб., минимальная величина прибыли – 500 руб., стоимость потребительской корзины за первый год – 900 руб., за второй год – 1000 руб., средний уровень дохода потребителей за первый год – 1311,1 руб., за второй год – 1588 руб.

Критерии оценивания теста

Шкала оценивания тестов в разрезе компетенций

Показатели и критерии оценки	Максимальное количество баллов	Фактическое количество баллов
Уровень усвоения теоретического материала по показателю «Знать»	60	40
ИД-1 ОПК 6.1	30	22
ИД-2 ОПК 6.2	30	18
Умение выполнять задания по показателю «Уметь»	40	14
ИД-1 ОПК 6.1	20	8
ИД-1 ОПК 6.2	20	7

Всего	100	55
-------	-----	----

Вопросы к экзамену по дисциплине (модулю) «Менеджмент и маркетинг»

1. Сущность менеджмента как рыночной концепции управления.
2. Цели и задачи менеджмента.
3. Методы менеджмента.
4. Менеджер и его функции. Содержание и особенности управленческого труда.
5. Становление менеджмента как науки. Школа научного управления.
6. Характеристика основных положений школы административного управления.
7. Теория бюрократического построения организации. Модель «идеальной бюрократии».
8. Характеристика основных положений школы человеческих отношений.
9. Развитие бихевиористского направления в теории менеджмента.
10. Школа количественного подхода к управлению.
11. Характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к менеджменту.
12. Мотивация
13. Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями
14. Прогнозирование и планирование
15. Технология разработки и принятия решений
16. Координация
17. Контроль
18. Понятие маркетинга, виды и функции. Назовите выделяемые специалистами основные цели маркетинга.
19. Охарактеризуйте концепцию совершенствования производства. В каких случаях целесообразно ее применение?
20. Охарактеризуйте маркетинговую концепцию совершенствования товара
21. В чем суть концепции интенсификации коммерческих усилий и концепции маркетинга (чистого маркетинга)? Назовите их основные различия
22. Дайте определение концепции социально-этического маркетинга. Чем вызвано к жизни ее появление?
23. Дайте определение процессу управления маркетингом и назовите его основные этапы
24. Дайте определение понятиям «сегментирование рынка» и «сегмент рынка»
25. Дайте определение понятию «позиционирование товара»

26. Охарактеризуйте понятие «комплекс маркетинга» и назовите его основные элементы, раскройте их содержание
27. Что такое система маркетинговой информации, система планирования маркетинговой деятельности и система маркетингового контроля?
28. Виды маркетинговой информации
29. Методы сбора маркетинговой информации
30. Какие требования предъявляются к составлению анкеты?
31. Способы связи с аудиторией
32. Дайте определение понятию «внешняя среда маркетинга»
33. Какие компоненты включает внешняя среда маркетинга?
34. Этапы отбора целевого сегмента
35. Назовите уровни измерения спроса
36. Какие группы критериев сегментирования Вы знаете?
37. Расскажите о новой матрице «Роял Даз Шел»
38. Что такое дифференциация? Расскажите о новой матрице «Бостон Консалтинг Групп»
39. Назовите основные возможные направления дифференциации
40. Что такое позиционирование? Какие варианты позиционирования предложили Э. Райс и Д. Траут?
41. Приведите стратегии позиционирования, применяемые фирмами в настоящее время
42. Назовите основные этапы процесса ценообразования
43. Назовите возможные цели ценообразования. В каких случаях основной целью ценообразования будет обеспечение выживаемости фирмы?
44. Что определяет верхнюю, нижнюю ценовую границу и средний уровень цен?
45. Что такое эластичный и неэластичный спрос? В каких случаях спрос неэластичен?
46. В чем суть метода ценообразования на основе ощущаемой ценности товара?
47. Охарактеризуйте метод ценообразования на основе среднего уровня текущих цен
48. Какие факторы ценообразования необходимо учесть деятелю маркетинга при установлении окончательной цены на свой продукт?

Критерии оценивания устного ответа на экзамене

Развернутый ответ обучающегося должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

- 1) полноту и правильность ответа;

2) степень осознанности, понимания изученного;

3) языковое оформление ответа.

Критерии оценки:

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым

владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Темы рефератов

1. Концептуальная эволюция менеджмента
2. Современная система взглядов на менеджмент
3. Совокупность научных подходов к менеджменту
4. Особенности американского менеджмента
5. Особенности российского менеджмента
6. Особенности японского менеджмента
7. Содержание целевой подсистемы Системы Производственного Менеджмента (СПМ)
8. Внешняя среда организации
9. Внутренняя среда организации
10. Основные функции менеджмента
11. Организационные структуры. Сущность. Назначение
12. Методы построения и типы организационных структур
13. Виды органических структур управления организацией
14. Виды бюрократических структур управления организацией
15. Тенденции эволюции организационных структур
16. Организация и содержание работ по совершенствованию структур управления
17. Коммуникационные процессы управления
18. Различные теории мотивации
19. Мотивация труда в современных условиях
20. Различные системы оплат с точки зрения мотивации
21. Положения теории принятия решений
22. Классификация управленческих решений и технология принятия управленческих решений
23. Анализ управленческих решений. Параметры и условия достижения качества и эффективности управленческих решений
24. Лидерство, власть и влияние.
25. Психологический портрет личности. Оценка деловых качеств менеджера
26. Научная организация труда менеджера
27. Основы нормирования ресурсов

28. Организация подготовки производства новой продукции
29. Организация производственного процесса в пространстве и во времени
30. Проведение квалификационных собеседований и собеседований при принятии на работу
31. Управление изменениями в организации
32. Комплексный подход к управлению производительностью
33. Основные факторы, влияющие на культуру организации
34. Информация, необходимая для осуществления управления
35. Основные принципы ведения переговоров
36. Оперативное управление производством
37. Природа и типы конфликтов
38. Причины возникновения конфликтов, управление конфликтами и методы их разрешения
39. Основные маркетинговые идеи и концепции
40. Особенности построения маркетинговой службы
41. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия
42. Основополагающие функции маркетинга
43. Сущность маркетинговых коммуникаций
44. Формирование имиджа и стиля фирмы
45. Брэнд: сущность и значение
46. Сбыт продукции оптом и в розницу
47. Рекламная деятельность организации
48. Разработка товарной марки продукции
49. Особенности проведения маркетинговых исследований
50. Маркетинговое исследование рынка
51. Методы изучения деятельности фирм конкурентов
52. Маркетинговая политика организации
53. Методы формирования цен на товары
54. Основные методы продвижения продукции на рынке
55. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности
56. Процесс организации прямых продаж
57. Основы банковского маркетинга
58. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии
59. Управление маркетингом
60. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж
61. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке
62. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы
63. Виды маркетинговых стратегий
64. Товарная политика фирмы и товародвижение

Критерии оценки реферата

✓ 100-86 баллов выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

✓ 75-61 балл – обучающийся проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких - либо комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Реферат обучающийся имеет право представить в виде презентации

Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений