Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 04.11.2026 12:14:08
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692d52b7e

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО Донской ГАУ)
Донской аграрный колледж

УТВЕРЖДАЮ
Врио проректора по УР и ЦТ
_____Ширяев С.Г.
«24» марта 2026 г.
м.п.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОПЦ.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Специальность *35.02.05 Агрономия (основное общее образование)*
Форма обучения *очная*

Организация-разработчик: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный аграрный университет»

Разработчик:

Шейхова М. С.		доцент	канд. экон. наук	доцент
ФИО	(подпись)	(должность)	(ученая степень)	(ученое звание)

Рассмотрено и рекомендовано:
На заседании Методического совета Колледжа протокол заседания от **24.03.2026** **№7**

И.о. директора Донского аграрного колледжа _____ Чернышкова О.С.

п. Персиановский, 2026 г.

1.Общие положения

Контрольно-оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины ОПЦ.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

Фонд оценочных средств включает контрольно-оценочныесредства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме зачета.

Текущий контроль успеваемости проводится в течение семестра в форме периодического выборочного устного опроса, тестирования по пройденным разделам и контроля за выполнением заданий на практических занятиях.

2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (умения, знания, общие компетенции)	**Основные показатели оценки результатов**	**Форма контроля и оценивания**
– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04);	- расчет основные технико-экономические показателей деятельности организации; - применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения; - анализ ситуации на рынке товаров и услуг.	– Периодический устный опрос – Тестирование – Наблюдение и оценка качества работ на и практических занятиях – Контроль самостоятельной работы – Зачет
- основные положения экономической теории (ОК 01, ОК 02, ОК 03) - принципы рыночной экономики (ОК 01, ОК 02, ОК 03) - современное состояние и перспективы развития отрасли (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - механизмы ценообразования на продукцию (услуги) (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - стили управления, виды коммуникации (ОК 01, ОК	- знание основных положений экономической теории; -знание основных принципов рыночной экономики; - понимание современного состояния и перспектив развития отрасли; - знание роли хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -применение механизмов ценообразования на продукцию (услуги); -использование стилей управления, видов коммуникации; -применение принципов делового общения в коллективе;	– Периодический устный опрос – Тестирование – Наблюдение и оценка качества работ на лабораторных и практических занятиях – Контроль самостоятельной работы – Зачет

02, ОК 03, ОК 04); - принципы делового общения в коллективе (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - управленческий цикл (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - особенности менеджмента в области АПК (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04); - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04);	- знание управленческого цикла; -использование особенностей менеджмента в области АПК; -знание сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга, его связи с менеджментом; - знание форм адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	

3. Контрольно-оценочные материалы текущего контроля

В качестве контрольно-оценочных материалов текущего контроля используются:

3.1. Периодический устный опрос

Тема 1.1 Сущность экономики и история ее развития

1. Становление экономической науки и основные этапы ее развития.
2. Предмет экономической теории и задачи экономического анализа.
3. Методы экономических исследований. Микро- и макроэкономика.
4. Нормативный и позитивный аспекты экономической науки.
5. Функции экономической теории. Связь экономической теории с другими науками.

Тема 1.2Понятие об экономике и экономической деятельности людей. Основные положения экономической теории

1. Потребности людей. Блага. Экономические и неэкономические блага. Потребительские и производственные блага. Частные и общественные блага.
2. Ресурсы. Редкость (ограниченность ресурсов). Факторы производства.
3. Воспроизводство: стадии, типы. Эффективность: производственная, экономическая. Типы экономического роста.
4. Технологический выбор в экономике. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки. Сдвиги кривой производственных возможностей.
5. История развития экономических систем: доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная экономика.
6. Типы экономических систем: традиционная, административно-командная, рыночная, смешанная.
7. Экономическая природа фирмы. Издержки производства: типы и виды. Виды прибыли.
8. Структура издержек фирмы. Средние и предельные издержки в краткосрочном периоде, анализ их кривых.
9. Равновесие фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.

Тема 1.3Принципы рыночной экономики

1. История развития экономических систем: доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная экономика.

2. Типы экономических систем: традиционная, командно-административная, рыночная, смешанная.

3. Рынок: сущность, функции, структура, инфраструктура Условия эффективной организации рыночной системы.

4. Фундаментальные основы современного рыночного хозяйства.

-многообразие форм собственности. Право собственности.

-предпринимательство в рыночной экономике: роль и основные функции.

-конкуренция и ценовый механизм в рыночной экономике.

5. «Провалы рынка» и роль государства в рыночной экономике. Общественные блага и проблема «безбилетника». Трансакционные издержки. Внешние эффекты.

6. Модель кругооборота ресурсов, продуктов и доходов.

Спрос. Закон спроса. Функция спроса. Величина спроса. Факторы, влияющие на спрос. Индивидуальный и рыночный спрос.

7. Предложение. Закон предложения. Функция предложения. Факторы, влияющие на предложение.

8. Равновесие спроса и предложения на рынке.

9. Эластичность спроса и предложения по цене. Факторы, влияющие на эластичность. Взаимосвязь эластичности и выручки от продажи товаров. Виды эластичности.

Тема 1.4Макроэкономические показатели

1. Макроэкономика. Особенности анализа и основные проблемы в макроэкономике

2. Система национальных счетов. Валовой внутренний продукт (ВВП) и способы его расчета. Взаимосвязь экономических показателей. Номинальный и реальный ВВП. Понятие индексов и их значение. Дефлятор ВВП.

3.Недостатки ВВП для определения «экономического благосостояния».

4. Функции государства в рыночной экономике. Цели и инструменты государственного регулирования экономики.

5. Причины циклического развития экономики. Классические и современные циклы. Характеристика фаз цикла. Особенности современного циклического развития

6.Классификация экономических циклов. Структурные кризисы. Большие циклы Н.Д. Кондратьева, теория длинных волн и ее современное значение

7.Антициклическая (стабилизационная) политика государства

Тема 2.1Сущность и особенности современного менеджмента.Функции и принципы менеджмента.

1. Предмет, цели и задачи менеджмента. Взаимосвязь управления и менеджмента.

2. Менеджмент как самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности.

3. Методологические основы менеджмента. Сущность и значение менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Необходимость и виды управления.

4. Основные этапы развития менеджмента. Исторические предпосылки менеджмента.

5. Управленческие революции. Идеи Р. Оуэна и их значение для науки управления.

6. Предпосылки возникновения научных теорий в управлении. Школа научного управления. Идеи Г. Форда.

7. Административная (классическая) школа менеджмента. Концепция идеальной бюрократии М. Вебера.

8. Школа человеческих отношений. Хоторнские эксперименты.

9. Эмпирический подход. Теория социальных систем.

10. Школа науки управления. Системный подход к управлению. Ситуационный подход к управлению.

11. Новейшие исторические тенденции. Развитие управленческой мысли в отечественной науке.

12. Планирование как стадия процесса управления: постановка целей, прогнозирование, стратегическое и текущее планирование.

13. Мотивация деятельности в менеджменте. Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей А. Маслоу; теория ERG К. Альдерфера; теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда; теория двух факторов Ф. Герцберга.

14. Процессуальные теории мотивации: теория ожидания; теория справедливости (равенства); теория постановки целей; модель Портера-Лоулера. Мотивация и компенсация. Системы экономического стимулирования.

15. Контроль и регулирование в системе менеджмента. Виды, формы и стадии контроля. Этапы процесса контроля. Бюрократический и децентрализованный контроль. Всеобщее управление качеством (TQM). Методы и приемы TQM. Характеристики эффективного организационного контроля.

16. Коммуникации в управлении. Система коммуникаций в организации: между организацией и ее средой, между уровнями и подразделениями, между руководителем и подчиненными.

Тема 2.2 Организационные структуры управления

1. Организация как система. Определение и общие характеристики организаций.
2. Понятие внешней среды организации. Основные характеристики внешней среды: взаимосвязанность факторов внешней среды, сложность, подвижность, неопределенность.
3. Основные переменные внутренней среды организации: цели, структура, задачи, технология, люди.
4. Методы анализа внешней и внутренней среды. SWOT-анализ, методика его проведения, матрица Ансоффа.
5. Жизненный цикл организации по И. Адизесу. Жизненный цикл технологии, продукта и рынка. Особенности управления организацией на

разных стадиях жизненного цикла

Тема 2.3Процесс принятия и реализации управленческих решений

1. Сущность процесса принятия управленческих решений, структура и элементы. Классификация управленческих решений.
2. Целевая ориентация управленческих решений. Социально-психологические и этические основы принятия решений. Определение проблем в процессе принятия решений.
3. Разработка управленческих решений в условиях определенности. Понятие игры с природой.
4. Принятие решений в условиях полной неопределенности.
5. Принятие решений в условиях риска. Критерии Сэвиджа, Вальда, Лапласа. Критерий Гурвица – компромиссный способ принятия решения. Выбор решения с помощью дерева решений (позиционные игры).
6. Правила принятия управленческих решений. Анализ слепых зон М. Портера.
7. Рассмотрение противоположных вариантов. Расширение поля выбора.
8. Бенчмаркинг решений. Использование базовых приоритетов. Этика в принятии управленческих решений

Тема 2.4Стили управления, коммуникация, деловое общение

1. Понятие власти и влияния. Типы власти. Формы власти и влияния .
2. Теории лидерских качеств: исследования Ральфа Стогдилла и Уоррена Бенниса.
3. Концепции лидерского поведения: три стиля руководства К. Левина, системы управления Р. Лайкерта, исследования Мичиганского университета, исследования университета штата Огайо, управленческая решетка Блейка и Моутон.
4. Концепция вознаграждения и наказания. Заменители лидерства.
5. Ситуационные модели лидерства: модель Танненбаума-Шмидта, модель Фидлера, модель «путь-цель» Митчелла и Хауза, модель Херсея и Бланчарда, модель Стинсона-Джонсона.
6. Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Ситуационный анализ характера эффективного лидера: концепция атрибутивного лидерства, концепция харизматического лидерства, концепция преобразующего (трансформирующего) лидерства или лидерства для изменений, интерактивное руководство, сервисное руководство, коучинг.
7. Классификации управленческих ролей. Делегирование полномочий в системе менеджмента.
9. Сущность и природа конфликтов в коллективе на предприятии.
10. Модели поведения и типы конфликтных.личностей
11. Типология причин конфликта в организации: объективные и субъективные, первичные и производные, главные и второстепенные, истинные и вымышленные. Повод и провокация.
12. Стадии развития конфликта: предконфликтная ситуация, инцидент,

конфликт, стадия разрешения конфликта и послеконфликтная ситуация..

Тема 3.1Сущность и функции маркетинга

1. Понятие маркетинга.
2. Категории маркетинга. Рынок.
3. Категории маркетинга. Потребность.
4. Категории маркетинга Обмен.
5. Категории маркетинга Товар.
6. Цели и принципы маркетинга.
7. Концепции комплекса маркетинга (marketingmix).
8. Модель поведения индивидуальных покупателей.
9. Модель поведения покупателей-организаций.
10. Мотивация потребителей.

Тема 3.2Маркетинговые исследования рынка

1. Виды и источники маркетинговой информации.
2. Методы сбора маркетинговой информации.
3. Маркетинговые исследования.
4. Маркетинговая информационная система (МИС).
5. Сегментирование рынка.
6. Позиционирование товара.
7. Дифференцирование товара.

Тема 3.3Разработка и реализация стратегий маркетинга

1. Концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП).
2. Конкурентоспособность и качество
3. Управление товарной номенклатурой и ассортиментом (ассортиментная политика).
4. Цена. Виды цен.
5. Разработка ценовой политики.
6. Ценовые стратегии.
7. Методы ценообразования.
8. Сбытовая политика фирмы.
9. Понятие и функции канала распределения.
10. Формирование сбытовой сети.
11. Оптовая торговля.
12. Розничная торговля.
13. Понятие и функции маркетинговых коммуникаций (продвижения).
14. Реклама. Понятие, виды и функции.
15. Средства рекламы.
16. Каналы и носители рекламы.
17. Планирование рекламы.
18. Рекламное законодательство.
19. Стимулирование сбыта.
20. Пропаганда.
21. Персональная продажа и прямой маркетинг.

Критерии оценки устных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов
Ответы на вопросы даны в полном объеме, высказывания связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры.	Отлично
Вопрос раскрыт не в полном объеме, высказывания в основном связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.	Хорошо
Ответы на вопросы в значительной степени зависят от помощи со стороны преподавателя. Высказывания несвязные и нелогичные. Научная лексика не использована, примеры не приведены.	Удовлетворительно
Ответы на вопросы отсутствуют.	Неудовлетворительно

3.2. Пример тестовых заданий

Вопрос 1. Фундаментальная проблема, с которой сталкиваются все экономические системы - это:

а) уровень инфляции;
б) ассортимент производимых товаров и услуг;
в) качество потребляемых материальных благ;
г) ограниченность экономических ресурсов.

Вопрос 2. Наиболее полное определение предмета микроэкономики – это:

а) изучение способов производства и производственной деятельности;
б) изучение общественного производства и общественного богатства;
в) наука об управлении, обмене и денежных сделках в обществе;
г) изучение экономического поведения людей с точки зрения выбора в условиях ограниченности ресурсов

Вопрос 3. В основе концепции «экономического человека» А. Смита лежит стремление человека к:

а) соблюдению нравственных норм; б) самоутверждению;
в) личной выгоде; г) помочь ближнему.

Вопрос 4. Предпосылкой создания теории макроэкономики является:

а) полоса глубоких экономических кризисов;
б) высокий уровень безработицы;
в) высокий уровень инфляции;
г) низкие темпы экономического роста.

***Вопрос 5. Какое из приведенных положений не имеет отношения к предмету экономической теории*:**

а) удовлетворение потребностей;
б) оптимизация использования ресурсов;
в) поведение хозяйствующих субъектов;
г) неограниченные ресурсы.

Вопрос 6. Экономическая модель не является:

а) идеальным типом экономики или политики, во имя которых мы должны работать;
б) инструментом для экономических прогнозов;
в) комплексом экономических принципов;
г) объяснением, как функционирует экономика и ее отдельные сектора.

Вопрос 7. Проблема редкости может быть решена, если:

а) люди смогут отказаться от конкуренции в пользу сотрудничества;
б) будут открыты практически неисчерпаемые источники энергии;
в) все страны достигнут постиндустриального типа развития;
г) все ответы неверные.

Вопрос 8. Какие предприятия являются традиционными в сельском хозяйстве:

а) государственные сельскохозяйственные предприятия;
б) производственные кооперативы;
в) фермерские, крестьянские хозяйства;
г) различные ассоциации крестьянских хозяйств.

Вопрос 9. При наличии множества недостатков у ценового механизма есть неоспоримое преимущество. Оно выражается:

а) в улучшении экологической ситуации;
б) в стабильном развитии в экономики;
в) в уравнительном распределении дохода;
г) в эффективном распределении ресурсов.

Вопрос 10. В настоящее время в России преобладает следующая форма собственности:

а) государственная; б) кооперативная;
в) смешанная; г) частная.

Вопрос 11. Когда экономические проблемы решаются частично рынком, частично правительством, то такая экономика является:

а) командной; б) рыночной;
в) натуральной; г) смешанной.

Вопрос 12. Критериями разграничения типов экономических систем служат:

а) форма собственности на факторы производства;
б) вмешательство государства;
в) уровень благосостояния членов общества;
г) уровень инфляции и безработицы.

Вопрос 13. Какой из перечисленных признаков относится только к характеристике постиндустриального общества:

а) частная собственность; б) крупное машинное производство;

в) возрастание удельного роли сферы услуг; г) высокий уровень потребления.

Вопрос 14. Причины кризиса командно-административной экономики:

а) снижение темпов роста экономики;
б) снижение эффективности многих отраслей;
в) развитие бюрократии;
г) возрастание удельного веса теневой экономики;
д) все ответы верны.

Вопрос 15. Регулярное вмешательство государства в экономику характерно для:

а) классического капитализма; б) плановой экономики;
в) смешанной экономики; г) верны б) и в);
д) верны а) и б).

Вопрос 16. Основным признаком индустриального производства является:

а) высокий уровень развития производительных сил;
б) правовое государство и демократия;
в) частная собственность;
г)крупное машинное производство;
д) высокий уровень потребления.

Вопрос 17. Какой тип собственности преобладает в условиях классического капитализма:

а) государственная; б) преобладающих типов нет;
в) частная коллективная; г) частная индивидуальная.

Вопрос 18. Для экономически отсталых стран характерна:

а) переходная экономика; б) экономика классического капитализма;
в) плановая экономика; г) традиционная экономика;
д) экономика индустриального общества.

Вопрос 19. Для переходной экономики не характерно:

а) обострение социально-экономических противоречий;
б) макроэкономическое равновесие;
в) кризисное состояние; г) разнообразие форм собственности.

Вопрос* 20. Н*еобходимость переходного периода от командной экономики к рыночной вызвана:

а) недостатками централизованного планирования;
б) созданием многоукладной экономики;
в) национализацией экономики;
г) макроэкономической нестабильностью.

Вопрос 21.В переходный период от командной экономики к рыночной не проводится:

а) приватизация; б) национализация;
в) либерализация; г) демонополизация.

Вопрос 22. Ограниченность – это проблема, которая:

а) существует только в бедных странах;

б) есть только у бедных людей;
в) есть у всех людей и обществ;
г) никогда не возникает у богатых людей.

Вопрос 23. Точка равновесия характеризуется:

а) равенством цен на всех рынках;
б) взаимодействием цены и объема продаж;
в) избытком товара при определенной рынком цене;
г) равенством между объемом спроса и объемом предложения.

Вопрос 24. Сдвиг кривой спроса для товаров низшей категории может быть связан:

а) с ростом цен на дополняющие товары;
б) с уменьшением цен на заменяющие товары;
в) с ростом цен на данный товар;
г) с уменьшением доходов потребителей.

Вопрос 25. Рыночный спрос не изменяется в зависимости от:

а) доходов потребителей; б) цен на взаимосвязанные товары;
в) цен на ресурсы; г) численности покупателей.

Вопрос 26. Если кривая предложения сдвигается влево и объем продаж падает, то это вызвано:

а) снижением доходов потребителей; б) увеличением цен на сырье;
в) ростом числа производителей;
г) уменьшением потребления товара вследствие роста цены на него.

Вопрос 27. Если два товара взаимодополняемые, то рост цены на первый товар вызовет:

а) увеличение предложения второго товара;
б) рост спроса на второй товар;
в) увеличение величины спроса на второй товар;
г) падение спроса на второй товар

Вопрос 28. Товар приобретается всего двумя потребителями, и при этом спрос первого потребителя описывается функцией $Q_1 = 80 - P$, а спрос второго потребителя - функцией $Q_2 = 110 - 2P$. Величина рыночного спроса при значении цены, равном 52 составляет:

а) 28; б) 34;в) 38;г) 24.

Вопрос 29. Если $Q_d=50 - 2P$, $Q_s=P – 16$. Найти равновесную цену и равновесный объем:

а) P=20; Q= 10; б) P=22; Q= 6;
в) P=21; Q= 28; г) P=23; Q= 4.

Вопрос 30. Эластичность спроса по цене будет увеличиваться в долгосрочном периоде, так как:

а) доходы потребителей увеличатся;
б) произойдет сдвиг кривой спроса вправо;
в) вырастет общий уровень цен;
г) потребители смогут приобрести товары-заменители;
д) все ответы верны

Вопрос 31. Если коэффициент эластичности спроса по доходу больше 0, но меньше 1, то этот товар:
а) является предметом роскоши;
б) является предметом первой необходимости;
в) является низкокачественным товаром.
Вопрос 32. **Понятие "макроэкономика" впервые ввел в научный оборот:**
а) Дж.М. Кейнс; б) Р. Фриш; в) П. Самуэльсон; д) А. Маршалл.
Вопрос 33. **При расчете ВВП по расходам суммируются все перечисленные компоненты расходов, кроме:**
а) чистых инвестиций; б) расходов домашних хозяйств на покупку предметов длительного пользования; в) пенсий учителям;
г)стоимости потребленного основного капитала.
Вопрос **34. Покупка семьей нового дома за городом отразится на величине:**
а)чистого экспорта; б) государственных расходов;
в)инвестиционных расходов; г) расходов на покупку потребительских товаров длительного пользования.
Вопрос**35. К государственным закупкам товаров и услуг не относятся:**
а) расходы на содержание государственных учреждений;
б) жалованье врачей бюджетных организаций здравоохранения;
в) расходы на строительство новых государственных школ;
г) расходы на выплату пособий по безработице.
Вопрос**36. При подсчете ВВП в его стоимость не включаются:**
а) услуги, оказываемые оплачиваемой домашней прислугой;
б)услуги адвоката, работающего в частной фирме;
в)прирост товарно-материальных запасов фирмы;
Вопрос 37. **К государственным трансфертам не относятся:**
а) ежемесячные пособия на детей; б) пособия по безработице;
в) дотации и льготы на приобретение лекарств;
г) расходы государства на строительство новой поликлиники.
Вопрос 38. **Если номинальный ВВП в текущем году оказался выше реального ВВП предыдущего года, то это означает, что реальный ВВП в текущем году по сравнению с предыдущим годом:**
а) увеличился; б) снизился; в) не изменился;
г) информации для ответа недостаточно.
Вопрос**39. В течение двух предыдущих лет объем номинального ВВП увеличился с 500 млрд долл. до 560 млрд долл. Дефлятор ВВП за эти же два года изменился со 125 до 140 %. Это означает, что реальный ВВП:**
а) не изменился; б) увеличился;
в) уменьшился; г) информации недостаточно.
Вопрос 40. Что из перечисленного включается в состав ВВП:
а) услуги домашней хозяйки;
б) покупка у соседа подержанного автомобиля;
в) покупка новых акций у брокера;
г) стоимость нового учебника в местном книжном магазине.

Вопрос 41. Располагаемый доход – это:

а) личный доход минус индивидуальные налоги ;
б) рента, зарплата, процент и прибыль;
в) доход в виде процента минус индивидуальные налоги;
г) зарплата и рента

Вопрос 42. Валовые инвестиции учитываются при расчете:

а) ВВП по методу потока доходов;
б) ВВП по методу потока расходов;
в) ЧНП по методу потока расходов;
г) личного дохода;

Вопрос 43. Зарплата учитывается при расчете:

а) ВВП по методу потока доходов;
б) ВВП по методу потока расходов;
г) ЧНП по методу потока расходов;
д) личного дохода;

Вопрос 44. Потребительские расходы учитываются при расчете:

а) ВВП по методу потока доходов;
б) ВВП по методу потока расходов;
в) ЧНП по методу потока расходов;
г) личного дохода;

Вопрос 45. ВНП – это рыночная стоимость:

а) всех производственных товаров и услуг;
б) реализованных товаров и услуг;
в) конечных товаров и услуг;
г) готовых товаров и услуг.

Вопрос 46. В теории экономического цикла изучается:

а) механизм согласования планов фирм, потребителей, государства;
б) причины колебаний реального объема национального производства;
в) факторы и условия устойчивого равновесного роста экономики;
г) структура ВВП страны.

Вопрос 47. Продолжительность экономического цикла составляет:

а) один год; б) пять лет;
в) десять лет; г) нельзя дать однозначный ответ.

Вопрос 48. В процессе циклического развития:

а) уровень занятости изменяется в том же направлении, что и реальный объем ВНП;
б) уровень занятости постоянно снижается;
в) уровень занятости изменяется в том же направлении, что и номинальный объем ВНП.
г) нельзя дать однозначный ответ.

Вопрос 49. Какой из перечисленных показателей практически не уменьшается в период экономического спада:

а) курс ценных бумаг;
б) общая продолжительность отработанного в течение месяца рабочего времени;

в) объем продаж товаров длительного пользования;
г) объем инвестиций.

Вопрос 50. В ходе делового экономического цикла:

а) дно цикла приходится на фазу кризиса;
б) пик цикла приходится на фазу подъема;
в) динамика реального ВВП изменяется при смене фаз цикла;
г) все перечисленные утверждения верны.

Вопрос 51. **В донаучный период развития управленческой мысли можно выделить … .**

а) две управленческие революции
б) три управленческие революции
в) четыре управленческие революции
г) пять управленческих революций

Вопрос **52. В современной управленческой науке можно выделить два основных направления управленческой мысли: …** .

а) классическое и административное
б) классическое и гуманистическое
в) донаучное и научное
д) научное и бихевиористское

Вопрос 53. **Внешняя среда организации делится на среды:**

А) прямого и косвенного воздействия;
Б) второстепенного и непосредственного воздействия;
В) прямого и замедленного воздействия.

Вопрос 54. **Под определением «это работа или часть ее, которая должна быть выполнена определенным образом и в определенный срок» понимается**:

А) технология;
Б) задача;
В) мотивация;
Г) организация.

Вопрос **55. Анализ внешней среды это**:

А) определение демографических тенденций развития;
Б) учет действия правительства в деятельности фирмы;
В) контроль за внешними факторами для определения возможностей и угроз для фирмы; Г) организация работ по анализу рынка сбыта.

Вопрос 56. **Определение сильных и слабых сторон организации нужно**:

А) для того, чтобы лучше понимать что происходит;
Б) для соблюдения правильной технологии планирования;
В) для осуществления результативного планирования;
Г) все вышеперечисленное не верно.

Вопрос **57. Что относится к характеристикам внешней среды**:

А) полнота; Б) неопределенность;
В) вязкость; Г) достоверность; Д) подвижность.

Вопрос 58. **Контроль, осуществляемый в ходе проведения работ – это**:

1) Предварительный контроль;

2) Текущий контроль;
3) Заключительный контроль;
4) Внешний контроль;
5) Внутренний контроль.

Вопрос 59. **Коммуникация – это**:
1) Процесс обмена информацией;
2) Процесс передачи информации;
3) Процесс приема информации;
4) Все выше перечисленное;
5) Нет правильных ответов.

Вопрос**60. Функция коммуникации, необходимая для восприятия друг друга партнерами по общению – это:**
1) Информативная функция;
2) Интерактивная функция;
3) Побудительная функция;
4) Перцептивная функция;
5) Экспрессивная функция.

Вопрос**61. Обмен информацией между подразделениями одного уровня осуществляется на основе**:
1) Вертикальной коммуникации;
2) Восходящей коммуникации;
3) Нисходящей коммуникации;
4) Горизонтальной коммуникации;
5) Нет правильных ответов

Вопрос **62. Стратегия – это:**
а) Всесторонний детальный план;
б) План, предназначенный для осуществления миссии организации;
в) План, предназначенный для достижения главных целей организации;
г) Все выше перечисленное;
д) Нет правильных ответов.

Вопрос**63. Японская концепция мотивации подразумевает:**
а) строго формализованную структуру управления;
б) быструю оценку результатов труда и ускоренное продвижение по службе;
в) долгосрочныйнайм персонала в сочетании с системой старшинства при продвижении по службе;
г) обучение узкоспециализированных руководителей;
д) формальные отношения с подчиненными

Вопрос**64. К содержательным теориям мотивации относятся:**
а) теория Ф. Тейлора;
б) теория А. Маслоу;
в) теория ожиданий В. Врума;
г) теория Ф. Герцберга.

Вопрос 65. **Организация, владеющая контрольными пакетами акций других компаний с целью осуществления по отношению к ним функций контроля и управления – это**:

А) холдинг; Б) синдикат;
В) консорциум; Г) хозяйственные товарищества.

***Вопрос* 66. Выберите правильное утверждение**:

А) состояние внутренней среды не зависит от состояния внешней среды;
Б) состояние внутренних переменных остается постоянным в течение всего периода существования организации;
В) в зависимости от изменений факторов внешней среды необходимо изменять внутренние переменные.

***Вопрос*67. Прямой маркетинг - это:**

а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
г) благожелательное представление товара в СМИ.

***Вопрос*68. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:**

а) пяти элементов;
б) шести элементов;
в) девяти элементов;
г) трех элементов.

***Вопрос*69. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:**

- географическому;
- демографическому;
- поведенческому;
- психографическому;

***Вопрос* 70. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:**

а) реклама;
б) стимулирование сбыта;
в) обратная связь;
г) все перечисленные.

***Вопрос*71. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:**

а) изучение товара;
б) изучение рынка;
в) изучение покупателей;
г)изучение конкурентов.

***Вопрос*72. Стратегия роста фирмы не рассматривается на уровне:**

а) роста покупательских возможностей;
б) возможностей интенсивного роста;
в) возможностей интеграционного роста;
г) возможностей диверсификационного роста.

***Вопрос*73. Стратегия интенсивного роста фирмы не предполагает**:

а) более жесткое контролирование конкурентов;
б) расширение границ рынка;
в) более глубокое внедрение на рынок;

г) совершенствование товара.

Вопрос74. **К типам маркетингового контроля не относятся:**

а) финансовый контроль;

б) контроль годовых планов;

в) контроль прибыльности;

г) стратегический контроль

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

85-100% правильных ответов – 5 баллов;
75-84% правильных ответов – 4 балла;
55-74% правильных ответов – 3 балла;
Менее 55% правильных ответов – 2 балла.

3.3. Оценка выполненных практических и лабораторных работ, контроль самостоятельной работы

Оценки «зачтено» заслуживает студент, ответивший на заданные ему вопросы и обнаруживший знание учебно-программного материала. Как правило, дисциплина зачитывается студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины. Дисциплина считается не зачтенной тем студентам, которые не ответили на поставленные вопросы или обнаружили пробелы в знаниях основного учебно-программного материала. На отрицательный результат зачета влияет принципиально неправильное определения основных понятий дисциплины и других вопросов, согласно учебной программе, и не носящих справочный характер.

Оценка за семестр

Семестровая оценка определяется как округленное до целого числа среднее арифметическое оценок текущего контроля, полученных в течение семестра.

4. Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации

Учебным планом по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Варианты заданий
Вопросы к зачету по дисциплине«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1. Становление экономической науки и основные этапы ее развития.
2. Предмет экономической теории и задачи экономического анализа.
3. Методы экономических исследований. Микро- и макроэкономика.
4. Нормативный и позитивный аспекты экономической науки.
5. Функции экономической теории. Связь экономической теории с другими науками.
6. Потребности людей. Блага. Экономические и неэкономические блага. Потребительские и производственные блага. Частные и общественные блага.
7. Ресурсы. Редкость (ограниченность ресурсов). Факторы производства.
8. Воспроизводство: стадии, типы. Эффективность: производственная, экономическая. Типы экономического роста.
9. Технологический выбор в экономике. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки. Сдвиги кривой производственных возможностей.
10. История развития экономических систем: доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная экономика.
11. Типы экономических систем: традиционная, административно-командная, рыночная, смешанная.
12. Экономическая природа фирмы. Издержки производства: типы и виды. Виды прибыли.
13. Структура издержек фирмы. Средние и предельные издержки в краткосрочном периоде, анализ их кривых.
14. Равновесие фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.
15. История развития экономических систем: доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная экономика.
16. Типы экономических систем: традиционная, командно-административная, рыночная, смешанная.
17. Рынок: сущность, функции, структура, инфраструктура Условия эффективной организации рыночной системы.
18. Фундаментальные основы современного рыночного хозяйства.

19. «Провалы рынка» и роль государства в рыночной экономике. Общественные блага и проблема «безбилетника». Трансакционные издержки. Внешние эффекты.

20. Модель кругооборота ресурсов, продуктов и доходов.

21. Спрос. Закон спроса. Функция спроса. Величина спроса. Факторы, влияющие на спрос. Индивидуальный и рыночный спрос.

22. Предложение. Закон предложения. Функция предложения. Факторы, влияющие на предложение.

23. Равновесие спроса и предложения на рынке.

24. Эластичность спроса и предложения по цене. Факторы, влияющие на эластичность. Взаимосвязь эластичности и выручки от продажи товаров. Виды эластичности.

25. Макроэкономика. Особенности анализа и основные проблемы в макроэкономике

26. Система национальных счетов. Валовой внутренний продукт (ВВП) и способы его расчета. Взаимосвязь экономических показателей. Номинальный и реальный ВВП. Понятие индексов и их значение. Дефлятор ВВП.

27. Недостатки ВВП для определения «экономического благосостояния».

28. Функции государства в рыночной экономике. Цели и инструменты государственного регулирования экономики.

29. Причины циклического развития экономики. Классические и современные циклы. Характеристика фаз цикла. Особенности современного циклического развития

30. Классификация экономических циклов. Структурные кризисы. Большие циклы Н.Д. Кондратьева, теория длинных волн и ее современное значение

31. Антициклическая (стабилизационная) политика государства

32. Предмет, цели и задачи менеджмента. Взаимосвязь управления и менеджмента.

33. Менеджмент как самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности.

34. Методологические основы менеджмента. Сущность и значение менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Необходимость и виды управления.

35. Основные этапы развития менеджмента. Исторические предпосылки менеджмента.

36. Управленческие революции. Идеи Р. Оуэна и их значение для науки управления.

37. Предпосылки возникновения научных теорий в управлении. Школа научного управления. Идеи Г. Форда.

38. Административная (классическая) школа менеджмента. Концепция идеальной бюрократии М. Вебера.

39. Школа человеческих отношений. Хоторнские эксперименты.

40. Эмпирический подход. Теория социальных систем.

41. Школа науки управления. Системный подход к управлению. Ситуационный подход к управлению.

42. Новейшие исторические тенденции. Развитие управленческой мысли в отечественной науке.

43. Планирование как стадия процесса управления: постановка целей, прогнозирование, стратегическое и текущее планирование.

44. Мотивация деятельности в менеджменте. Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей А. Маслоу; теория ERG К. Альдерфера; теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда; теория двух факторов Ф. Герцберга.

45. Процессуальные теории мотивации: теория ожидания; теория справедливости (равенства); теория постановки целей; модель Портера-Лоулера. Мотивация и компенсация. Системы экономического стимулирования.

46. Контроль и регулирование в системе менеджмента. Виды, формы и стадии контроля. Этапы процесса контроля. Бюрократический и децентрализованный контроль. Всеобщее управление качеством (TQM). Методы и приемы TQM. Характеристики эффективного организационного контроля.

47. Коммуникации в управлении. Система коммуникаций в организации: между организацией и ее средой, между уровнями и подразделениями, между руководителем и подчиненными.

48. Организация как система. Определение и общие характеристики организаций.

49. Понятие внешней среды организации. Основные характеристики внешней среды: взаимосвязанность факторов внешней среды, сложность, подвижность, неопределенность.

50. Основные переменные внутренней среды организации: цели, структура, задачи, технология, люди.

51. Методы анализа внешней и внутренней среды. SWOT-анализ, методика его проведения, матрица Ансоффа.

52. Жизненный цикл организации по И. Адизесу. Жизненный цикл технологии, продукта и рынка. Особенности управления организацией на разных стадиях жизненного цикла

53. Сущность процесса принятия управленческих решений, структура и элементы. Классификация управленческих решений.

54. Целевая ориентация управленческих решений. Социально-психологические и этические основы принятия решений. Определение проблем в процессе принятия решений.

55. Разработка управленческих решений в условиях определенности. Понятие игры с природой.

56. Принятие решений в условиях полной неопределенности.

57. Принятие решений в условиях риска. Критерии Сэвиджа, Вальда, Лапласа. Критерий Гурвица – компромиссный способ принятия решения. Выбор решения с помощью дерева решений (позиционные игры).

58. Правила принятия управленческих решений. Анализ слепых зон М. Портера.

59. Рассмотрение противоположных вариантов. Расширение поля выбора.

60. Бенчмаркинг решений. Использование базовых приоритетов. Этика в принятии управленческих решений

61. Понятие власти и влияния. Типы власти. Формы власти и влияния .

62. Теории лидерских качеств: исследования Ральфа Стогдилла и Уоррена Бенниса.

63. Концепции лидерского поведения: три стиля руководства К. Левина, системы управления Р. Лайкерта, исследования Мичиганского университета, исследования университета штата Огайо, управленческая решетка Блейка и Моутон.

64. Концепция вознаграждения и наказания. Заменители лидерства.

65. Ситуационные модели лидерства: модель Танненбаума-Шмидта, модель Фидлера, модель «путь-цель» Митчелла и Хауза, модель Херсея и Бланчарда, модель Стинсона-Джонсона.

66. Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Ситуационный анализ характера эффективного лидера: концепция атрибутивного лидерства, концепция харизматического лидерства, концепция преобразующего (трансформирующего) лидерства или лидерства для изменений, интерактивное руководство, сервисное руководство, коучинг.

67. Классификации управленческих ролей. Делегирование полномочий в системе менеджмента.

68. Сущность и природа конфликтов в коллективе на предприятии.

69. Модели поведения и типы конфликтных.личностей

70. Типология причин конфликта в организации: объективные и субъективные, первичные и производные, главные и второстепенные, истинные и вымышленные. Повод и провокация.

71. Стадии развития конфликта: предконфликтная ситуация, инцидент, конфликт, стадия разрешения конфликта и послеконфликтная ситуация..

72. Понятие маркетинга.

73. Категории маркетинга. Рынок.

74. Категории маркетинга. Потребность.

75. Категории маркетинга Обмен.

76. Категории маркетинга Товар.

77. Цели и принципы маркетинга.

78. Концепции комплекса маркетинга (marketingmix).

79. Модель поведения индивидуальных покупателей.

80. Модель поведения покупателей-организаций.

81. Мотивация потребителей.

82. Виды и источники маркетинговой информации.
83. Методы сбора маркетинговой информации.
84. Маркетинговые исследования.
85. Маркетинговая информационная система (МИС).
86. Сегментирование рынка.
87. Позиционирование товара.
88. Дифференцирование товара.
89. Концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП).
90. Конкурентоспособность и качество
91. Управление товарной номенклатурой и ассортиментом (ассортиментная политика).
92. Цена. Виды цен.
93. Разработка ценовой политики.
94. Ценовые стратегии.
95. Методы ценообразования.
96. Сбытовая политика фирмы.
97. Понятие и функции канала распределения.
98. Формирование сбытовой сети.
99. Оптовая торговля.
100. Розничная торговля.
101. Понятие и функции маркетинговых коммуникаций (продвижения).
102. Реклама. Понятие, виды и функции.
103. Средства рекламы.
104. Каналы и носители рекламы.
105. Планирование рекламы.
106. Рекламное законодательство.
107. Стимулирование сбыта.
108. Пропаганда.
109. Персональная продажа и прямой маркетинг.

Критерии оценивания

Оценка «зачтено» предполагает, что студент показывает:
- глубокие знания по теоретическому вопросу, владеет основными понятиями, терминологией;
- умения правильно, без ошибок выполнять практические задания;
Таким образом, прослеживается сформированностьсоответствующих компетенций, т.к. ответ полный, доказательный, четкий, грамотный.
Оценка «незачтено» выставляется, если студент не показывает:
- знания по теоретическому вопросу, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе;
- умения правильно, без ошибок выполнять практические задания;
Таким образом, ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки, т.е. компетенции не сформированы.

5. Задания открытого и закрытого типа для проверки остаточных знаний

ОК 01.Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

Задания закрытого типа:

1. К характеристикам плана маркетинга относятся следующие:(несколько вариантов ответов)

а) ключевыми для этого плана являются исключительно проблемы работы с каналами сбыта и ценообразования

б) на его базе формируется бюджет маркетинга, осуществляется контроль рыночного поведения и результатов фирмы

*в)*на его базе формируется миссия и цели организации

г)это организационно-управленческий документ, позволяющий свести воедино все виды маркетинговой деятельности в соответствии с целями фирмы, ее ресурсами, организацией

Правильный ответ: б, г

2. Принято считать, что наиболее точно и достоверно состояние рынка определяется

а) Внешним и внутренними источниками информации
б) Первичной информацией
в) Внутренними источниками вторичной информации
г) Внешними источниками вторичной информации

Правильный ответ: а

***3.* Использование товарных марок: (несколько вариантов ответов)**

а) определяют последующую рекламную компании;
б) делает их признанными;
в) выгодно и производителям и потребителям;
г) даёт льготы на рынке;
д) защищает владельца марки от фальсификации его товара;
е) позволяют расширить или разнообразить товарный ассортимент;
ж) все перечисленное.

Правильный ответ: а, б, д, е

4. Определите цифрами очередность стадий стратегического планирования в маркетинговой деятельности:

а) анализ внешней среды
б) анализ альтернатив и выбор стратегии
в) миссия и цели
г) анализ сильных и слабых сторон
д) управление реализацией стратегии
е) оценка стратегии

Правильный ответ: в – 1, а – 2, г – 3, б – 4, д – 5, е – 6.

5. Сопоставьте каждый термин и соответствующее ему определение

Термин	Определение
1. Маркетинг	A. Это, нужда, принявшая конкретную форму в культурно-эстетической и
	рических факторов.
2. Нужда	B. Конкретная потребность, подкрепленная покупательской способностью
3. Потребность	C. Это, чувство нехватки чего-либо, чувство настоятельной необходимости
	влетворения в че-либо
4. Спрос	D. Это все то, что можно предложить на рынке для приобретения с целью у

	влетворения потребностей
5. Товар	E. Образуют продавцы и покупатели с определенными нуждами или потреб стями.
6. Рынок	F. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворения нужд требностей, путем обмена.

Правильный ответ: 1 – F, 2 – C, 3 –A, 4 – B, 5 – D, 6 –E

Задания открытого типа:

1. Рынок товара, на котором существует его постоянный дефицит и покупателю приходится прилагать дополнительные усилия по приобретению данного товара, принято считать _____

Правильный ответ: рынком продавца.

2. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей людей посредством обмена называется _____

Правильный ответ: маркетинг

3. _____ стадия процесса планирования маркетинга, на которой происходит оценка внешней среды рынка, выявление возможностей и угроз, оценка конкурентной позиции фирмы.

Правильный ответ:анализ ситуационный

4. _____ основополагающая в маркетинге психологическая школа, занимающаяся изучением наблюдаемого поведения по модели «стимул-реакция».

Правильный ответ: бихевиоризм

5._____– система поиска, сбора информации, анализа и обработки данных, необходимых для решения маркетинговых проблем и обеспечения принятия решений в компании на любом уровне.

Правильный ответ: исследование маркетинговое

6. Набор, поддающихся контролю факторов маркетинга, используемых компанией для достижения своих целей это _____

Правильный ответ:комплекс маркетинга «4Р»

7._____– стратегия, при которой предлагают один общий для всех товар, не проводя различий между потребностями и характеристиками отдельных покупателей. Чаще это продукты питания, одежда и т.п.

Правильный ответ: маркетинг массовый

8. Анализ развития рынка и товара, включая обработку старого рынка для имеющихся товаров с целью стабилизации или расширения доли рынка,; развитие рынка – выход со старыми товарами на новые рынки; развитие и продажа новых товаров на старых рынках(инновация) и диверсификация (уход с рынка) проводится с помощью _____.

Правильный ответ: матрица Ансоффа

9. Метод _____ – тестирование, в ходе которого потребителей просят оценить различные продукты, не информируя их о наименованиях марок.

Правильный ответ:«слепое тестирование»

10. _____– способность предугадывать план действий, направленных на анализ действий конкурентов и нахождение в результате оригинальных решений, приводящие к успеху. Обычно эта ориентация используется на стагнирующих и зрелых рынках.
Правильный ответ: Ориентация на конкуренцию

11. – Покупатели, согласные платить премиальную цену за предложения – это _____
Правильный ответ: потребители «золотые»

12. _____ – распространяемая в любой форме с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, виде деятельности, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим лицам, к товарам, идеям и начинаниям, и способствовать их реализации.
Правильный ответ:Реклама

13. _____– это крупная, четко определенная группа покупателей внутри рынка со сходными потребностями и характеристиками, отличными от других групп целевого рынка.
Правильный ответ: Сегмент рынка

14.Маркетинговые стратегии, построенные на анализе рынка и выборе стратегического преимущества компании на основе уникальности характеристики продукции или ее цены - это _____
Правильный ответ: стратегические модели М. Портера

15. _____ испытание продукта потребителями путем специальных психологических средств и способов. Например, предоставление респондентам определенных рисунков и фотографий, изображающих людей с просьбой описать свою реакцию относительно увиденного и незаконченных предложений, которые надо завершить своими словами, а также, в форме эксперимента, имитировать покупательское поведение.
Правильный ответ: тестирование

ОК.02 *Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности*
Задания закрытого типа:
1. Приведение товара в соответствие с запросами покупателя — это пример
а) ориентации на спрос потребителя
б) ориентации на производство товара
в) ориентации на продажу
г) ориентации на рынок
д) маркетинговой ориентации
Правильный ответ: д

***2.* В практике маркетинга применение стратегии селективного сбыта позволяет производителю достигать следующих результатов….(несколько вариантов ответов)**
а) Обеспечивать достаточно широкий охват рынка
б) Осуществить достаточный контроль сбыта
в) Обеспечить сбыт в рыночной нише
г) Полностью контролировать сбыт

Правильный ответ: а, б

3. На поведение потребителя влияние оказывают факторы:(несколько вариантов ответов)

а) культурные,
б) географические,
в) социальные,
г) личные,
д) психологические,
е) частные,
ж) всё перечисленное

Правильный ответ: а, в, г, д

4. Установите соответствие для каждого из блоков бизнес-модели в маркетинговой деятельности

1	Потребительские сегменты	А	активы, необходимые для функционирования бизнес-модели
2	Структура издержек	Б	группа потребителей, для которых собирается работать компа
3	Ключевые ресурсы	В	отражает те преимущества, которые получит клиент, восп вавшись продуктом или услугой данной компании
4	Ценностное предложение	Г	расходы, связанные с функционированием бизнес-модели

Правильный ответ: 1-б; 2-г;3-а; 4-в

5. Установите соответствие для каждого типа маркетинга в зависимости от состояния рынка

1.	Конверсионный маркетинг	A	колеблющийся спрос
2.	Стимулирующий маркетинг	B	чрезмерный спрос
3.	Развивающий маркетинг	C	нерациональный спрос
4.	Ремаркетинг	D	негативный спрос
5.	Синхромаркетинг	E	отсутствующий спрос
6.	Поддерживающий маркетинг	F	потенциальный спрос
7.	Демаркетинг	G	полный спрос
8.	Противодействующий маркетинг-	H	снижение спроса

Правильный ответ: 1 -D ; 2 -E ; 3 -F ; 4 -H ; 5 -A ; 6 -G ; 7 -B ; 8 -C.

Задания открытого типа:

1. _____– рекламные мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта, адресно-ориентированные на покупателей, агентов и розничных торговцев. Как правило для товаров, быстрораскупаемых в розничной торговле.

Правильный ответ:фастинг

2. _____маркетинговый прием, когда временно назначается цена на товары ниже средне рыночный, а иногда даже ниже себестоимости для увеличения объема продаж или объема рынка.

Правильный ответ:Цена для стимулирования сбыта

3. _____инструмент полевого исследования рынка. Состоит из набора утверждений, которые респондент должен оценить по пятибалльной шкале (например, «полностью согласен», «согласен», «затрудняюсь ответить», «не согласен», «полностью не согласен»). Используется при определении представлений, мнений и отношений к товарам, маркам или магазинам.
Правильный ответ:Шкала Лейкерта

4. _____– план развития небольших фирм, предприятий малого бизнеса, которые не могут быть ценовыми лидерами и поэтому стремятся развивать специализацию на определенных рынках.
Правильный ответ: Стратегия фокусирования

5. Потенциал отрасли, в котором отражается объем продаж продукта всеми компаниями какому-либо сегменту рынка при определенных условиях внешней среды и маркетинговых усилиях компаний – это _____
Правильный ответ: рыночный потенциал

6._____– инструмент полевого исследования рынка. Используется, главным образом, при определении различий в отношении к товарам, маркам, магазинам путем сопоставления профиля представлений. Респондент указывает свое мнение по поводу различных утверждений, касающихся предмета опроса. Например, «сложный – простой», «удобный – неудобный», «дорогой – дешевый». Шкала может содержать 5 или 7 делений по мере возрастания (убывания) признака.
Правильный ответ:Шкала Осгуда

7._____– профессиональные потребители, покупающие определенный товар, чтобы использовать его в своем бизнесе или для производства товаров.
Правильный ответ: Сегмент деловой

8. _____– процессы, происходящие во время осуществления отдельным индивидом или группой людей выбора, приобретения, применения и утилизации различных товаров, услуг, идей или впечатлений с целью удовлетворения своих нужд и желаний.
Правильный ответ:Потребительское поведение

9._____– метод, предполагающий обследование выбранных торговых точек (розничных и мелкооптовых) с целью изучения ассортимента и ценовых характеристик продаваемых товаров
Правильный ответ:Метод исследования розничной сети

10. Метод исследования поведения потребителей на основе измерения ценностей. Респондентам предлагается проранжировать по степени важности список из восемнадцати наборов задач, целей (конечные состояния), а также, наиболее предпочтительные для них формы поведения в отношении приобретения ими товаров – это _____
Правильный ответ: Шкала Рокича

11. _____– постоянная деятельность по сбору текущей информации об изменении внешней среды маркетинга, необходимой для разработки и корректировки маркетинговых планов.

Правильный ответ:Маркетинговая разведка

12. _____– компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса.
Правильный ответ:Лидер рынка

13. Точка зрения, согласно которой потребители по своей натуре никогда не будут добровольно покупать всю выпускаемую компанией продукцию, поэтому она должна вести агрессивную политику продаж и интенсивно продвигать на рынок свою продукцию - это _____
Правильный ответ:Концепция совершенствования сбыта

14. _____– рыночная ситуация, где имеется множество продавцов и покупателей какого– либо схожего товарного продукта. При этом ни покупатель, ни продавец не могут оказать большого влияния на уровень текущих рыночных цен.
Правильный ответ:Конкуренция чистая

15. Факторы, определяющие превосходство компании над конкурентами, измеряемые экономическими показателями такими как: дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж – это _____
Правильный ответ: конкурентные преимущества

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

Задания закрытого типа:
1.Укажите, в какой рыночной структуре действуют:

1) автосервис;	А) Олигополия;
2) производитель зерна;	Б) Монополия:
3) фирма, производящая алюминий;	В) Монополистическая конкуренция;
4) ОАО «Газпром».	Г) Совершенная конкуренция.

Правильный ответ: 1- В; 2 – Г; 3 – А; 4 –Б

2. Укажите, какой модели несовершенной конкуренции НЕ существует:
а) монополии;
б) олигархии;
в) монополистической конкуренции:
г) олигополии.
Правильный ответ: б

3. Примером переменных издержек производства могут быть:(несколько вариантов ответов)
а) электроэнергия;
б) затраты на сырьё;
б) аренда помещения;
г) процент за кредит.
Правильный ответ: а, б.

4. Общественное производство состоит из следующих фаз: (распределите в правильном порядке)
а) обмен;

б) потребление;
в) распределение;
г) производство.

Правильный ответ: г, в, а, б

5. Макроэкономическими показателями являются:(несколько вариантов ответов)

а) издержки производства фирмы;
б) прибыль предприятия;
в) национальный доход;
г) чистый национальный продукт.

Правильный ответ: б, в

Задания открытого типа:

1. _____ - это период времени в деятельности фирмы в течение которого она может изменить только величину переменных издержек. При этом не может изменить объем основного капитала (здания, сооружения, оборудования). Это период фиксированных производственных мощностей.

Правильный ответ: краткосрочный период.

2. Условия, препятствия, которые затрудняют вступление новых фирм в отрасль (на рынок). Например, авторские права, лицензии, собственность на невоспроизводимые ресурсы и т.д. – это _____

Правильный ответ: входные барьеры.

3. Функция предложения на рынке задана уравнением Q_s= 340+4P, а функция спроса Q_d= 502-2P. Если то равновесная рыночная цена P = 27 руб, то равновесный объем товара на рынке составит____шт.

Правильный ответ: 448 шт.

4. Если норма амортизации комбайна составляет 20%, то его срок службы составит____ лет

Правильный ответ: 5

5. Устойчивое повышение общего уровня цен в экономике, которое сопровождается обесцениванием денег и снижением их покупательной способности – это _____

Правильный ответ: инфляция

6. Если увеличение национального производства товаров и услуг связано с совершенствованием технологий, улучшением качества ресурсов, ростом квалификации работников, то такой тип экономического роста является _____

Правильный ответ: интенсивным

7. _____ - цена денежной единицы одной страны, выраженная в определенном количестве денежных единиц другой страны.

Правильный ответ: валютный курс.

8. _____ - доход, получаемый владельцем акции из прибыли акционерного общества по итогам его экономической деятельности за определенный период времени (обычно за год)

Правильный ответ: дивиденд.

9. _____ - индивид, самостоятельно занимающийся какой – либо экономической деятельностью в целях получения прибыли.
Правильный ответ: предприниматель.

10. _____ - это объем товара, который потребитель готов купить по какой - либо из возможных цен за данный период времени.
Правильный ответ: спрос.

11. Таблица отражает величину спроса на товар при различных ценах:
P, руб. 500 450 400 350 300 250
Q, шт. 4 8 12 16 20 24
Если товар будет продаваться по 100 руб., то объем спроса составит_____
Правильный ответ: 36 шт.

12. В краткосрочном периоде фирма производит 5000 единиц продукции. Средние переменные издержки (в расчете на единицу продукции) составляют 20 руб., средние постоянные издержки - 5 руб. Определить общие издержки производства на весь объем произведенной продукции.
Правильный ответ:125000 руб.

13. Функция предложения на рынке задана уравнением Q_s=P – 16., а функция спроса Q_d=50 – 2P, где P – цена. Если на рынке сформируется равновесия спроса и предложения, то равновесная рыночная цена составит _____
Правильный ответ: 22.

14. Единственный продавец офисной техники в городе может продать 10 принтеров в месяц по цене 25000 рублей или 11 принтеров по цене 24000 рублей. Тогда, предельный доход (дополнительный) от продажи 11 единицы товара составит _____ руб.
Правильный ответ:14000руб.

15. Товар приобретается всего двумя потребителями, и при этом спрос первого потребителя описывается функцией Q_1 = 80 - P, а спрос второго потребителя - функцией Q_2 =110 - 2P. Если цена товара (P) = 52 ден. ед., то общий спрос двух потребителей составляет ___
Правильный ответ: 34

ОК.04 *Планировать Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде*
Задания закрытого типа:
1. Контроль, осуществляемый в ходе проведения работ – это:
а) Предварительный контроль;
б) Текущий контроль;
в) Заключительный контроль;
г) Внешний контроль;
Правильный ответ: б

2. Согласно теории X, предложенной Дугласом МакГрегором, …(несколько вариантов ответов)
а) большинство людей необходимо принуждать к работе и постоянно контролировать

б) истинный профессионал способен решать задачи творчески в том случае, если его поддержат и оценят единомышленники

в) среднему человеку присуща неприязнь к работе и стремление ее, по возможности, избегать

г) профессионал вполне способен осуществлять самоконтроль при выполнении тех задач, за которые он персонально отвечает

Правильный ответ: а, в

3. Согласно модели Портера-Лоулера достигнутые результаты зависят от …(несколько вариантов ответов)

а) приложенных работников усилий

б) точности и детальности составления плана деятельности работника

в) способностей сотрудника

г) характерных особенностей работника

Правильный ответ: а, в, г

4. Согласно теории менеджмента вероятность конфликтов при внедрении изменений возрастает при таких организационных условиях:(несколько вариантов ответов)

а) консервативность работников;

б) недостаток ресурсов для осуществления изменений;

в) неправильная последовательность организационных действий;

г) наличие прогрессивной системы мотивации.

Правильный ответ: а, б, в

5. Установите соответствие между показателями эффективности работы персонала и критериями оценки

1	Количественные показатели	А	Отсутствие опозданий и прогулов
2	Качественные показатели	Б	Производительность труда
3	Потери рабочего времени	В	Регулярное повышение квалификации
4	Профессиональное развитие работника	Г	Отсутствие ошибок в работе

Правильный ответ: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В

Задания открытого типа

1. Под навыками групповой работы понимают: навыки эффективного общения, решение проблем и принятие решений, достижение согласия (консенсуса); навыки обратной связи, или навыки … критики.

Правильный ответ: конструктивной

2. ……постоянно действующая система тренинговых, тестовых и информационно-аналитических мероприятий, обеспечивающая диагностику состояния команды, поддержку ее жизнеспособности и эффективной деятельности на протяжении всего периода существования команды.

Правильный ответ:мониторинг эффективности деятельности команды

3. ……степень общей и специальной профессиональной подготовки работника, обладающего необходимыми знаниями, умением и навыками для выполнения определенных видов работ

Правильный ответ:квалификация

4.Коллективным можно назвать … стиль управления, при котором управленческие решения принимаются на основе обсуждения проблемы, учета мнений и инициатив

сотрудников, а выполнение принятых решений контролируется и руководителем, и самими сотрудниками
Правильный ответ: демократический

5. **…..эторациональное распределение работников организации по структурным подразделениям, участкам, рабочим местам в соответствии с принятой в организации системой разделения и кооперации труда, с одной стороны, и способностями, психофизиологическими и деловыми качествами работников, отвечающим требованиям содержания выполняемой работы, с другой стороны.**
Правильный ответ:подбор и расстановка персонала

6. **Анализируя делегирование лидерских полномочий в команде, можно утверждать, что в случае если контроль над ситуацией и над людьми высокий, а делегирование лидерских полномочий не практикуется (руководитель все решает сам), – имеет место**
Правильный ответ:деспотия

7…….- это процесс сопряжения целей компании и целей работника для наиболее полного удовлетворения потребностей обоих, процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения общих целей.
Правильный ответ:мотивация персонала

8. *…….***величина прироста успешности команды по следующим показателям: стабильное достижение заданного результата в установленный срок; стабильный уровень качества работ.**
Правильный ответ:эффективность деятельности команды

9. **Совокупность всех человеческих ресурсов, которыми обладает организация — это …**
Правильный ответ:персонал

10. **Кадровая программа развития персонала, ориентированная на передачу новых знаний по важным для организации направлениям, умений разрешать конкретные производственные ситуации и опыта поведения в профессионально значимых ситуациях — это …**
Правильный ответ: обучение персонала

11. …….ее нормы, принципы, правила жизнедеятельности
Правильный ответ: ценности команды

12. Передача другому лицу или звену системы управления нрава принятия и реализации управленческих решений – это…..
Правильный ответ: делегирование полномочий

13.Группа работников, объединенная вокруг лидера для достижения общих целей, наделенных определенными управленческими полномочиями, зонами ответственности и ролевыми функциями – это…
Правильный ответ: команда

14. ……стиль управления- предполагает минимальное участие руководителя в управлении коллективом
Правильный ответ: либеральный

15. …….полномочия — это полномочия, передаваемые непосредственно от начальника к подчиненному. Обладая этими полномочиями, работник может в оговоренных рамках без согласования с непосредственным начальством принимать решения относительно переданных в его распоряжение ресурсов.
Правильный ответ: линейные