

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: ЧУМАЧЕНКО ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА
 Должность: РЕКТОР
 Дата подписания: 25.01.2023 13:51:55
 Уникальный программный ключ:
 9c9f7aaffa4840d284abe156657b8f85432bdb16



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУ-ГПУ»)
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В	Менеджмент и маркетинг
Код направления подготовки	44.03.05
Направление подготовки	Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Технология. Дополнительное образование (Художественно-эстетическое)
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	очная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Преподаватель			Изюмникова Снежана Андреевна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	28.08.2019	
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	15.09.2020	

Раздел 1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения образовательной программы с указанием этапов их формирования

Таблица 1 - Перечень компетенций, с указанием образовательных результатов в процессе освоения дисциплины (в соответствии с РПД)

Формируемые компетенции			
Индикаторы ее достижения	Планируемые образовательные результаты по дисциплине		
	знать	уметь	владеть
ПК-1 способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические знания и практические умения по преподаваемому предмету в профессиональной деятельности			
ПК.1.1 Знает содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории, тенденции развития соответствующей профилю научной (предметной) области; закономерности, определяющие место соответствующей науки в общей картине мира; принципы проектирования и реализации общего и (или) дополнительного образования по предмету в соответствии с профилем обучения	3.1 особенности современного делового общения.		
ПК.1.2 Умеет применять базовые научно-теоретические знания по предмету и методы исследования в предметной области; осуществляет отбор содержания, методов и технологий обучения предмету (предметной области) в различных формах организации образовательного процесса		У.1 применять различные техники и приемы, используемые для решения проблем в межличностном пространстве.	
ПК.1.3 Владеет практическими навыками в предметной области, методами базовых научно-теоретических представлений для решения профессиональных задач			В.1 приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом.
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
УК.1.1 Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода.	3.2 основные экономические понятия, законы и теории, макро-и микроэкономические показатели, организационно - правовые формы предприятий, статистические методы оценки и прогнозирования		

УК.1.2 Умеет осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач.		У.2 выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	
УК.1.3 Владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач.			В.2 понятийным аппаратом в области маркетинга

Компетенции связаны с дисциплинами и практиками через матрицу компетенций согласно таблице 2.

Таблица 2 - Компетенции, формируемые в результате обучения

Код и наименование компетенции	
Составляющая учебного плана (дисциплины, практики, участвующие в формировании компетенции)	Вес дисциплины в формировании компетенции (100 / количество дисциплин, практик)
ПК-1 способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические знания и практические умения по преподаваемому предмету в профессиональной деятельности	
Основы математической обработки информации	2,38
производственная практика (преддипломная)	2,38
Основы предпринимательского дела	2,38
Техническая графика	2,38
Технология конструкционных материалов	2,38
Электрорадиотехника	2,38
Оформление интерьера с использованием древесины	2,38
Практикум по обработке древесины	2,38
Практикум по техническому творчеству	2,38
Развитие инструментального и станочного производства	2,38
Техническое творчество	2,38
Технология обработки металлов	2,38
Легоконструирование	2,38
Организация малого бизнеса	2,38
Образовательная робототехника	2,38
Практикум по обработке металлов	2,38
Техническое моделирование и конструирование	2,38
Художественные возможности графических техник	2,38
Эскизирование с использованием различных техник	2,38
Менеджмент и маркетинг	2,38
Прикладная механика с элементами машиноведения	2,38
Технологии современного производства	2,38
Дизайн среды	2,38
Особенности организации кружка "Техническое творчество" в системе дополнительного образования	2,38
Технологии обработки древесины	2,38
Модуль 6 "Предметно - содержательный"	2,38
учебная практика (проектно-исследовательская работа)	2,38
Изготовление моделей технических объектов	2,38
Компьютерная графика и 3D-принтинг	2,38

Методика обучения и воспитания (по технологии. дополнительное образование (техническое))	2,38
Организация работы творческих объединений эстетической направленности	2,38
Основы композиции и цветоведения	2,38
Основы взаимозаменяемости и метрологии	2,38
Технологии подготовки к участию в соревнованиях "Worldskills	2,38
Технологии традиционных ремесел	2,38
учебная практика (по обработке древесины)	2,38
учебная практика (по обработке конструкционных материалов)	2,38
учебная практика (по техническому творчеству)	2,38
Физические основы технологий	2,38
Химия конструкционных материалов	2,38
Химия в предметной области "Технология"	2,38
учебная практика (по обработке металлов)	2,38
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Экономика образования	3,57
Основы математической обработки информации	3,57
Психология	3,57
Педагогика	3,57
производственная практика (преддипломная)	3,57
Основы исследований в технологическом образовании	3,57
Техническая графика	3,57
Технология конструкционных материалов	3,57
Электрорадиотехника	3,57
Электроника в быту	3,57
Легоконструирование	3,57
Методика написания исследовательских работ	3,57
Методология и методы психолого-педагогических исследований	3,57
Особенности психолого-педагогических исследований	3,57
Образовательная робототехника	3,57
Менеджмент и маркетинг	3,57
Технологии критического мышления	3,57
ТРИЗ-технологии	3,57
Моделирование с основами радиоэлектроники	3,57
учебная практика (ознакомительная)	3,57
Комплексный экзамен по педагогике и психологии	3,57
Модуль 6 "Предметно - содержательный"	3,57
учебная практика по формированию цифровых компетенций	3,57
Цифровые технологии в образовании	3,57
Компьютерная графика и 3D-принтинг	3,57
Физические основы технологий	3,57
Химия конструкционных материалов	3,57
Химия в предметной области "Технология"	3,57

Таблица 3 - Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
-----------------	-------------------------	---	--

ПК-1	Основы математической обработки информации, производственная практика (преддипломная), Основы предпринимательского дела, Техническая графика, Технология конструкционных материалов, Электрорадиотехника, Оформление интерьера с использованием древесины, Практикум по обработке древесины, Практикум по техническому творчеству, Развитие инструментального и станочного производства, Техническое творчество, Технология обработки металлов, Легоконструирование, Организация малого бизнеса, Образовательная робототехника, Практикум по обработке металлов, Техническое моделирование и конструирование, Художественные возможности графических техник, Эскизирование с использованием различных техник, Менеджмент и маркетинг, Прикладная механика с элементами машиноведения, Технологии современного производства, Дизайн среды, Особенности организации кружка "Техническое творчество" в системе дополнительного образования, Технологии обработки древесины, Модуль 6 "Предметно - содержательный", учебная практика (проектно-исследовательская работа), Изготовление моделей технических объектов, Компьютерная графика и 3D-принтинг, Методика обучения и воспитания (по технологии. дополнительное образование (техническое)), Организация работы творческих объединений эстетической направленности, Основы композиции и цветоведения, Основы взаимозаменяемости и метрологии. Технологии		производственная практика (преддипломная), учебная практика (проектно-исследовательская работа), учебная практика (по обработке древесины), учебная практика (по обработке конструкционных материалов), учебная практика (по техническому творчеству), учебная практика (по обработке металлов)
------	---	--	--

УК-1	Экономика образования, Основы математической обработки информации, Психология, Педагогика, производственная практика (преддипломная), Основы исследований в технологическом образовании, Техническая графика, Технология конструкционных материалов, Электрорадиотехника, Электроника в быту, Легоконструирование, Методика написания исследовательских работ, Методология и методы психолого-педагогических исследований, Особенности психолого-педагогических исследований, Образовательная робототехника, Менеджмент и маркетинг, Технологии критического мышления, ТРИЗ-технологии, Моделирование с основами радиоэлектроники, учебная практика (ознакомительная), Комплексный экзамен по педагогике и психологии, Модуль 6 "Предметно - содержательный", учебная практика по формированию цифровых компетенций, Цифровые технологии в образовании, Компьютерная графика и 3D-принтинг, Физические основы технологий, Химия конструкционных материалов, Химия в предметной области "Технология"	производственная практика (преддипломная), учебная практика (ознакомительная), учебная практика по формированию цифровых компетенций
------	---	--

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

Таблица 4 - Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины (в соответствии с РПД)

№	Раздел
Формируемые компетенции	
	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
	Виды оценочных средств
1	Место менеджмента в общей теории управления
ПК-1 УК-1	
	Знать особенности современного делового общения. Знать основные экономические понятия, законы и теории, макро-и микроэкономические показатели, организационно - правовые формы предприятий, статистические методы оценки и прогнозирования
	Уметь применять различные техники и приемы, используемые для решения проблем в межличностном пространстве. Уметь выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
	Владеть приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом. Владеть понятийным аппаратом в области маркетинга
2	Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в маркетинге
ПК-1 УК-1	
	Знать особенности современного делового общения. Знать основные экономические понятия, законы и теории, макро-и микроэкономические показатели, организационно - правовые формы предприятий, статистические методы оценки и прогнозирования
	Уметь применять различные техники и приемы, используемые для решения проблем в межличностном пространстве. Уметь выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
	Владеть приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом. Владеть понятийным аппаратом в области маркетинга

Таблица 5 - Описание уровней и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Код	Содержание компетенции			
Уровни освоения компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая оценка)	% освоения (рейтинговая оценка)
ПК-1	ПК-1 способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические знания и практические умения по преподаваемому предмету в профессиональной деят...			
УК-1	УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			

Высокий (продвинутый)	Творческая деятельность	Обучающийся готов самостоятельно решать стандартные и нестандартные профессиональные задачи в предметной области дисциплины. Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода. Свободно демонстрирует умение осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач. Свободно владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач.	Отлично	91-100
Средний (оптимальный)	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу, с большей степенью самостоятельности и инициативы	Обучающийся готов самостоятельно решать различные стандартные профессиональные задачи в предметной области. Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода, допускает незначительные ошибки. Демонстрирует умения осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач. Уверенно владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач, допускает незначительные ошибки.	Хорошо	71-90
Пороговый	Репродуктивная деятельность	Обучающийся способен решать необходимый минимум стандартных профессиональных задач в предметной области дисциплины. Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода, не демонстрирует глубокого понимания материала. В основном демонстрирует умения осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач. Владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач, допускает ошибки.	Удовлетворительно	51-70
Недостаточный	Отсутствие признаков порогового уровня	Отсутствие признаков порогового уровня	Неудовлетворительно	50 и менее

Раздел 3. Типовые контрольные задания и (или) иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

1. Оценочные средства для текущего контроля

Раздел: Место менеджмента в общей теории управления

Задания для оценки знаний

1. Реферат:

1. История развития менеджмента как науки.
2. Концепции и функции менеджмента.
3. Характеристика и виды организационных структур управления.
4. Влияние внешней на деятельность организации.
5. Особенности ведения деловых переговоров.
6. Власть и лидерство: сущность и значение.
7. Виды конфликтов в организации и пути выхода из них.
8. Управление персоналом на предприятии.
9. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы».
10. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации».
11. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации.
12. Характеристика деловой этики.
13. Жизненный цикл организации.
14. Сущность и значение самоменеджмента.
15. Зарубежный опыт управления организациями.

2. Тест:

1. Управление – это:

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. Менеджмент – это:

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- Ф. Тейлор.

4. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Вебером в:

- 1850;
- 1790;

- 1832;

5. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?

- Ч. Бебидж;

- М. Вебер;

- Ф. Тейлор.

6. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?

- функциональное;

- горизонтальное;

- вертикальное;

-прямое.

7. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

- 5;

-3;

-9.

8. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

- заместители;

- руководители подразделений;

- руководители групп.

9. Функции менеджмента бывают:

- общие, индивидуальные;

- групповые, специфические;

- конкретные, расширенные;

- правильного ответа нет.

10. Выберите правильные функции менеджмента:

- планирование;

- координирование;

- распределение;

- стимулирование;

- все ответы верны.

11. Планирование – это:

- управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;

- перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

12. Сформулируйте задачи планирования:

- перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
- создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.

13. По форме планирование бывает:

- тактическое;
- конкретное;
- перспективное.

14. Необходимость планирования заключается в определении:

- конечных и промежуточных целей;
- задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- средств и способов решения задач;
- правильного ответа нет.

15. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

- перспективное;
- среднесрочное;
- оперативное.

16. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:

- перспективное;
- среднесрочное;
- оперативное.

17. Организация – это:

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

18. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:

- планирования;
- организации;

- контроля.

19. Выберите основные принципы организации менеджмента:

- непрерывность;

- ритмичность;

- надежность;

- все ответы верны.

20. Функции административно-оперативного управления:

- определение структуры предприятий;

- периодическое или непрерывное сравнение;

- установление ответственности.

Задания для оценки умений

1. Ситуационные задачи:

Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько ей хорошо работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще-то ничего. Он мне не досаждаст. Я делаю свою работу». Тогда подруга поинтересовалась: «Но ты же работаешь на одном месте 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда-нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно не понятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, к работе фирмы».

Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности моей работы, то при приеме на фирму мне что-то не очень внятно пояснили и больше об этом речи не было. Мы с руководителем не особенно общаемся».

Вопросы для анализа ситуации:

Какие цели и условия эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?

Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?

Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?

Каким образом можно более эффективно построить обратную связь?

Задания для оценки владений

1. Кейс-задачи:

Решение организационных конфликтов

Задание для анализа организационного конфликта:

- 1) дать классификацию конфликта;
- 2) выявление причин конфликта;
- 3) возможные варианты урегулирования и их последствия.

Ситуация 1

В сетевом магазине на вакантные места сотрудников присылает менеджер-УП всей сети. Управляющий магазином считает, что ему присылают неподходящих людей, из-за чего многие штатные единицы подолгу вакантны. В результате конфликта после переезда менеджер-УП попытался не принять на новый срок

управляющего, а тот, в свою очередь, подал жалобу Гендиректору сети.

Ситуация 2

Менеджер по продажам с окладом в 20 тыс. рублей считает, что для повышения его личного и профессионального статуса ему нужен престижный автомобиль. Он берет кредит и вскоре выясняет, что не справляется с платежами.

Раздел: Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в маркетинге

Задания для оценки знаний

1. Реферат:

1. Маркетинг. Основные понятия и определения. Содержание маркетинга. Цели и задачи маркетинга.
2. Управление и концепции управления маркетингом.
3. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков.
4. Разработка комплекса маркетинга
5. Концепция системы маркетинговой информации.
6. Маркетинговые исследования.
7. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
8. Модели покупательского поведения. Характеристики поведения покупателя.
9. Процесс принятия решения о покупке. Варианты принятия решения о покупке товара-новинки.
10. Определение товара. Назначение товара. Позиционирование товара на рынке.
11. Конкуренция и конкурентные силы в маркетинге.
12. Конкурентоспособность в маркетинговой деятельности. Качество – важнейший фактор конкурентоспособности товара.
13. Анализ и оценка конкурентоспособности фирмы – товаропроизводителя. Методологии оценки конкурентоспособности товара.
14. Торговая марка.
15. Упаковка и маркировка товаров.

2. Тест:

- 1) В каком соотношении зачисляются штрафы за нарушения законодательства о рекламе?
 1. 40% - в федеральный бюджет, 60% - в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано юридическое лицо или индивидуальный предприниматель - рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламодатель.
 2. 100% - в федеральный бюджет
 3. 50% - в федеральный бюджет, 50% - в городской бюджет.
 4. 100% - в городской бюджет.
- 2) Сущность когнитивного воздействия:
 1. Передача определенного объема информации о товаре и его качестве.
 2. Убедить действовать.
 3. Оказание внушающего воздействия.
 4. Формирование отношения.
- 3) Рынок.
 1. Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара.
 2. Территория.
 3. Совокупность товаров и услуг.
 4. Процесс обслуживания.
- 4) Неэтичная реклама.
 1. Реклама, которая содержит информацию, нарушающую общепринятые нормы морали и гуманности путем употребления оскорбительных слов и сравнений, порочит объекты искусства, порочит государственные символы, национальную валюту, религиозные символы, физических и юридических лиц, какую либо деятельность, профессию, товар.
 2. Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения.
 3. Реклама, в которой дискредитируют юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемым товаром.
 4. Реклама, которая вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара.
- 5) Медиа канал:
 1. Совокупность средств распространения рекламы, характеризующихся одинаковым типом восприятия аудиторией.

2. Телевидение.
3. Кино.
4. Журналы.
- 6) Социальная реклама.
 1. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей.
 2. Реклама в учебных заведениях.
 3. Реклама в общественных местах.
 4. Реклама для пенсионеров.
- 7) Рекламное объявление:
 1. Платное, размещаемое в периодической печати рекламное сообщение.
 2. Рекламное обращение.
 3. Информация о продаже товара.
 4. Информация о предоставляемых услугах с указанием цены.
- 8) Товарный знак:
 1. Зарегистрированное, в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные, звуковые обозначения или их комбинации, которые используются его владельцем для идентификации своих товаров.
 2. Оригинальный рисунок.
 3. Мелодия в фирменной рекламе.
 4. Сочетание рисунка, мелодии и цвета.
- 9) Сколько посредников включает в себя одноуровневый канал?
 1. Одного.
 2. Число посредников не ограничено.
 3. Двух.
 4. Канал не имеет посредников.
- 10) Товар.
 1. Все, что может удовлетворить нужду, потребность, запросы и предлагается рынку в целях привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.
 2. Новый продукт.
 3. Продукция завода.
 4. Продукция, находящаяся на складе.
- 11) Создание новых товаров целесообразно осуществлять:
 1. Если соцопросы потребителей гласят о такой необходимости
 2. Если есть технология, способная повысить его качество
 3. Если это оправдано прогнозными экономическими расчетами
- 12) Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:
 1. Обоснования гипотез и построения причинно-следственных связей
 2. Описания конкретной маркетинговой ситуации
 3. Собрать необходимую первичную информацию, которая окажется полезной для дальнейшей проверки гипотез и более точного формулирования проблем
- 13) Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
 1. Кризис сбыта
 2. Расширение товарного ассортимента
 3. Развитие производства
- 14) Округление цен относится к:
 1. Стратегиям роста прибыли
 2. Методам ценообразования
 3. Стратегическим приемам ценообразования
- 15) Конечной целью маркетинга является:
 1. Сбыт продукции по наиболее выгодным ценам
 2. Полное удовлетворение потребностей людей
 3. Обеспечение прибыли предприятию при наиболее полном удовлетворении потребностей людей
- 16) Товар в маркетинге – это:
 1. Предметы или услуги, способные удовлетворить потребности людей, и реализуемые через товарный рынок
 2. Предметы или изделия, реализуемые определенной целевой аудитории
 3. Все то, что представлено на рынке на продажу
- 17) Стратегия маркетинга – это:
 1. Долгосрочный план сбыта товаров
 2. Определение целесообразности выпуска того или иного товара в долгосрочной перспективе

3. Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией
- 18) Макросреда маркетинга обусловлена:
1. Мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов
 2. Экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники
 3. Предпочтениями потребителей в конкретный период времени
- 19) Объектами маркетинга являются:
1. Производители, поставщики и конечные потребители товаров
 2. Товары, изделия и услуги
 3. Связи, возникающие между производителями, поставщиками и конечными потребителями товаров в ходе их жизненного цикла
- 20) Что из перечисленного изучает маркетинг?
1. Конъюнктуру определенного рынка в соответствии с запросами потребителей
 2. Формирование отпускной цены на товары
 3. Движение трудовых ресурсов

Задания для оценки умений

1. Ситуационные задачи:

Для торговой компании «Мир инструментов» рассчитайте количество поставок отверток в месяц, если стоимость единицы товара составила 100 руб., месячный оборот склада – 900 ед. товара; доля затрат на хранение – 5% стоимости, транспортно-заготовительные расходы, связанные с реализацией и доставкой одного заказа – 0,25 тыс. руб.

Задания для оценки владений

1. Кейс-задачи:

Московская торговая фирма «Выбор», занимающаяся торговлей одежной, для создания собственной сбытовой сети использовала оригинальную стратегию. Ее суть заключается в том, что головная фирма полностью берет под контроль дочерние предприятия. При этом «удочеряются» уже существующие компании путем выкупа у них 75% уставного капитала при условии наличия у этих компаний торговых и складских площадей. В качестве компенсации такие компании получают от головной фирмы товары на консигнацию.

Задание к кейсу

1. В чем отличие существующей схемы развития сбытовой сети от франшизы?
2. Какие имеются выгоды для участников сбытовой сети?
3. Есть ли негативные стороны в такой стратегии?

2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Сущность и содержание управления.
2. Субъекты и объекты управления в социально-экономической системе общества
3. Сущность управленческой деятельности.
4. Определение и сущность менеджмента
5. Типы организаций.
6. Основные подходы в теории управления.
7. Принципы управления.
8. Развитие управленческой мысли в России
9. Особенности российского менеджмента.
10. Сравнительные особенности моделей менеджмента.
11. Управленческие роли по определению Минцберга.
12. Сущность и классификация функций управления.
13. Экономические методы менеджмента.
14. Административные (организационно-распорядительные) методы менеджмента
15. Социально-психологические методы менеджмента

16. Функция контроля. Технология контроля. Требования – критерии контроля.
17. Организация как объект управления.
18. Методики анализа внешней и внутренней среды предприятия.
19. Факторы внешней среды предприятия.
20. Факторы внутренней среды предприятия.
21. Понятие маркетинга на современном этапе.
22. Этапы развития маркетинга.
23. Макро-факторы окружающей среды маркетинга.
24. Микро-факторы окружающей среды маркетинга.
25. Функции предприятия, действующего на принципах маркетинга.
26. Типы маркетинга в зависимости от спроса.
27. Понятие рыночного сегмента. Необходимость сегментирования рынка.
28. Критерии сегментации рынка, выбор целевого сегмента.
29. Понятие рынка. Классификация рынков, общие черты рынков.
30. Позиционирование товара.
31. Продукт как элемент комплекса маркетинга. Три уровня продукта.
32. Методы кабинетного исследования как источник маркетинговой информации.
33. Методы полевого исследования как источник маркетинговой информации.
34. Основные направления маркетинговых исследований.
35. Товарная политика рынка. Ассортимент, понятие, классификация, формирование и оптимизация.
36. Изучение потребителей, факторы влияющие на поведение потребителей (экономические, демографические, культурные, политические).
37. Источники получения первичной и вторичной информации. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации.
38. Спрос. Понятие, виды спроса.
39. Теории, используемые для оценки потребностей, потребления и спроса (теория мотивации Маслоу, Фрейда).
40. Жизненный цикл товара. Политика маркетинга на разных этапах ЖЦТ.

Практические задания:

1. Определите пороговую цену (цена реализации, при которой компания будет получать нулевую прибыль), если известно, что себестоимость единицы продукции равна 219 руб. Планируемый спрос на продукцию ожидается в количестве 1000 штук в месяц, при условии, что его цена будет 512 руб./шт. Постоянные затраты компании равны 15000 руб.
Проведенное маркетинговое исследование показало, что среднерыночная цена продукта равна 500 руб. Постоянные издержки 20 равны 10000, себестоимость единицы товара 250 руб., цена отгрузки 320 руб. Определите точку безубыточности для компании (шт. и руб.).
Принято решение открыть новое предприятие по оказанию консалтинговых услуг. Целевая рентабельность продаж предполагается в размере 60 %. По предварительным расчетам, постоянные затраты составят 55000 руб./месяц. Средняя цена таких консалтинговых услуг составляет 9000 руб. Определите точку безубыточности для данного предприятия.
2. Описать систему управления деятельностью "Реализация продукции предприятия" с помощью управленческих функций. Составить организационную структуру управления предприятием из заданных элементов. Перечислить службы, которые чаще всего подчиняются заместителю директора по коммерческим вопросам крупного предприятия. Раскрыть их функции. Проанализировать материалы экспертной оценки деятельности главного технолога предприятия. Разработать производственную ситуацию по постановке задачи руководителем подчиненным с использованием мотивационных социально-психологических методов управления (третий уровень «пирамиды Маслоу»). Дать определение понятия "лидерство" в коллективе. Объяснить, как следует учитывать наличие в коллективе неформальных лидеров. Изложите вклад в развитие научного менеджмента М. Вебера.

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Для текущего контроля используются следующие оценочные средства:

1. Кейс-задачи

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

2. Реферат

Реферат – теоретическое исследование определенной проблемы, включающее обзор соответствующих литературных и других источников.

Реферат обычно включает следующие части:

1. библиографическое описание первичного документа;
2. собственно реферативная часть (текст реферата);
3. справочный аппарат, т.е. дополнительные сведения и примечания (сведения, дополнительно характеризующие первичный документ: число иллюстраций и таблиц, имеющихся в документе, количество источников в списке использованной литературы).

Этапы написания реферата

1. выбрать тему, если она не определена преподавателем;
2. определить источники, с которыми придется работать;
3. изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
4. составить план;
5. написать реферат:
 - обосновать актуальность выбранной темы;
 - указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
 - сформулировать проблематику выбранной темы;
 - привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;
 - сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

При оформлении реферата следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

3. Ситуационные задачи

Ситуационная задача представляет собой задание, которое включает в себя характеристику ситуации из которой нужно выйти, или предложить ее исправить; охарактеризовать условия, в которых может возникнуть та или иная ситуация и предложить найти выход из нее и т.д.

При выполнении ситуационной задачи необходимо соблюдать следующие указания:

1. Внимательно прочитать текст предложенной задачи и вопросы к ней.
2. Все вопросы логично связаны с самой предложенной задачей, поэтому необходимо работать с каждым из вопросов отдельно.
3. Вопросы к задаче расположены по мере усложнения, поэтому желательно работать с ними в том порядке, в котором они поставлены.

4. Тест

Тест это система стандартизированных вопросов (заданий), позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о проведении теста, его форме, а также о разделе (теме) дисциплины, выносимой на тестирование.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- выяснить все условия тестирования заранее. Необходимо знать, сколько тестов вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- работая с тестами, внимательно и до конца прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов; выбрать правильные (их может быть несколько); на отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам. В случае компьютерного тестирования указать ответ в соответствующем поле (полях);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.
- решить в первую очередь задания, не вызывающие трудностей, к трудному вопросу вернуться в конце.
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

2. Описание процедуры промежуточной аттестации

Оценка за зачет/экзамен может быть выставлена по результатам текущего рейтинга. Текущий рейтинг – это результаты выполнения практических работ в ходе обучения, контрольных работ, выполнения заданий к лекциям (при наличии) и др. видов заданий.

Результаты текущего рейтинга доводятся до студентов до начала экзаменационной сессии.

Экзамен преследует цель оценить работу обучающегося за определенный курс: полученные теоретические знания, их прочность, развитие логического и творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения анализировать и синтезировать полученные знания и применять их для решения практических задач.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой (или в форме компьютерного тестирования). Экзаменационный билет включает в себя два вопроса и задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся не позднее чем за один месяц до экзаменационной сессии.

В процессе подготовки к экзамену организована предэкзаменационная консультация для всех учебных групп.

При любой форме проведения экзаменов по билетам экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, задачи и примеры по программе данной дисциплины. Дополнительные вопросы также, как и основные вопросы билета, требуют развернутого ответа.