

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: КУЗНЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИГОРЕВИЧ
 Должность: РЕКТОР
 Дата подписания: 21.01.2026 12:10:35
 Уникальный программный ключ:
 0ec0d544ced914f6d2e031d381fc0ed0880d90a0



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

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В.01.ДВ.04	Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе

Код направления подготовки	44.03.01
Направление подготовки	Педагогическое образование
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Технология и основы производства
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	заочная

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	2,56
производственная практика (преддипломная)	2,56
Декоративно-прикладное творчество	2,56
Дизайн как средство развития творческих способностей учащихся	2,56
Изображение человека с использованием различных изобразительных средств	2,56
Конструирование и моделирование швейных изделий	2,56
Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе	2,56
Методика обучения и воспитания (по профилю "Технология")	2,56
Основы предпринимательской деятельности	2,56
Практикум по декоративно-прикладному творчеству	2,56
Рисование	2,56
Техническая графика	2,56
Технология конструкционных материалов	2,56
Технология обработки швейных изделий	2,56
Управление в малом бизнесе	2,56
Электрорадиотехника	2,56
Материаловедение швейного производства	2,56
Практикум по обработке швейных изделий	2,56
Практикум по технологии приготовления пищи	2,56
Проектирование швейных изделий	2,56
Современное оборудование пищевого производства	2,56
Современное оборудование швейного производства	2,56
Технология приготовления пищи	2,56
Товароведение продовольственных продуктов	2,56
Эскизирование коллекций моделей одежды с использованием различных техник	2,56
Основы предпринимательства	2,56
Технологии современного производства	2,56
учебная практика (проектно-исследовательская работа)	2,56
Компьютерная графика и 3D-принтинг	2,56

Физические основы технологий	2,56
Основы дизайна	2,56
Основы машиноведения	2,56
учебная практика (по декоративно-прикладному творчеству)	2,56
учебная практика (по конструированию швейных изделий)	2,56
учебная практика (по обработке пищевых продуктов)	2,56
учебная практика (по обработке швейных изделий)	2,56
Химия в пищевом и текстильном производстве	2,56
Практикум по конструированию и моделированию одежды	2,56
Химия в предметной области "Технология"	2,56
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Экономика образования	5,26
Основы математической обработки информации	5,26
Психология	5,26
Педагогика	5,26
производственная практика (преддипломная)	5,26
Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе	5,26
Техническая графика	5,26
Технология конструкционных материалов	5,26
Управление в малом бизнесе	5,26
Электрорадиотехника	5,26
Методика написания исследовательских работ	5,26
учебная практика (ознакомительная)	5,26
Комплексный экзамен по педагогике и психологии	5,26
учебная практика по формированию цифровых компетенций	5,26
Цифровые технологии в образовании	5,26
Физические основы технологий	5,26
Основы машиноведения	5,26
Химия в пищевом и текстильном производстве	5,26
Химия в предметной области "Технология"	5,26

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	<p>Основы математической обработки информации, производственная практика (преддипломная), Декоративно-прикладное творчество, Дизайн как средство развития творческих способностей учащихся, Изображение человека с использованием различных изобразительных средств, Конструирование и моделирование швейных изделий, Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе, Методика обучения и воспитания (по профилю "Технология"), Основы предпринимательской деятельности, Практикум по декоративно-прикладному творчеству, Рисование, Техническая графика, Технология конструкционных материалов, Технология обработки швейных изделий, Управление в малом бизнесе, Электрорадиотехника, Материаловедение швейного производства, Практикум по обработке швейных изделий, Практикум по технологии приготовления пищи, Проектирование швейных изделий, Современное оборудование пищевого производства, Современное оборудование швейного производства, Технология приготовления пищи, Товароведение продовольственных продуктов, Эскизирование коллекций моделей одежды с использованием различных техник, Основы предпринимательства, Технологии современного производства, учебная практика (проектно-исследовательская работа), Компьютерная графика и 3D-принтинг, Физические основы технологий, Основы дизайна, Основы машиноведения, учебная практика (по декоративно-прикладному творчеству), учебная практика (по конструированию швейных изделий).</p>		<p>производственная практика (преддипломная), учебная практика (проектно-исследовательская работа), учебная практика (по декоративно-прикладному творчеству), учебная практика (по конструированию швейных изделий), учебная практика (по обработке пищевых продуктов), учебная практика (по обработке швейных изделий)</p>
------	--	--	---

УК-1	<p>Экономика образования, Основы математической обработки информации, Психология, Педагогика, производственная практика (преддипломная), Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе, Техническая графика, Технология конструкционных материалов, Управление в малом бизнесе, Электрорадиотехника, Методика написания исследовательских работ, учебная практика (ознакомительная), Комплексный экзамен по педагогике и психологии, учебная практика по формированию цифровых компетенций, Цифровые технологии в образовании, Физические основы технологий, Основы машиноведения, Химия в пищевом и текстильном производстве, Химия в предметной области "Технология"</p>		<p>производственная практика (преддипломная), учебная практика (ознакомительная), учебная практика по формированию цифровых компетенций</p>
------	---	--	---

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 прогнозирования	Реферат Тест
	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	Ситуационные задачи
	Владеть приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом. Владеть понятийным аппаратом в области маркетинга	Кейс-задачи
2	Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе	
	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 прогнозирования	Реферат Тест
	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	Ситуационные задачи
	Владеть приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом. Владеть понятийным аппаратом в области маркетинга	Кейс-задачи

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			

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:

"История развития менеджмента как науки".

"Тема реферата по менеджменту: "Концепции и функции менеджмента".

"Характеристика и виды организационных структур управления".

"Влияние внешней на деятельность организации".

"Особенности ведения деловых переговоров".

"Власть и лидерство: сущность и значение".

"Виды конфликтов в организации и пути выхода из них".

"Управление персоналом на предприятии".

"Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы".

"Коммуникация и коммуникационные процессы в организации".

Тема реферата по менеджменту: "Принятие управленческих решений".

Характеристика деловой этики.

Жизненный цикл организации.

Сущность и значение самоменеджмента.

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:

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 переаттестации 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.

Задания для оценки владений

1. Кейс-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 досажает. 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?

Раздел: Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе

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. Концепция жизненного цикла товара как критерий выбора маркетинговых исследований. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Особенности различных этапов ЖЦТ.
12. Жизненный цикл товара и его практические аспекты.
13. Товар и его основные виды. Основные виды классификации товаров.
14. Классификация товаров народного потребления.
15. Классификация товаров промышленного назначения.

2. Тест:

- 1) Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:
 1. рынок производителя;
 2. рынок посредника;
 3. рынок продавца;
 4. рынок поставщика;
 5. рынок покупателя.
- 2) К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг?
 1. к оперативной задаче;
 2. к стратегической задаче;
 3. к тактической задаче;
 4. к аналитико-оценочной задаче;
 5. к исследовательской задаче.
- 3) К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?
 1. к оперативной задаче;
 2. к стратегической задаче;
 3. к исполнительской задаче;

4. к аналитико-оценочной задаче;
5. к тактической задаче.
- 4) Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это:
 1. поставщики;
 2. контактные аудитории;
 3. конкуренты;
 4. клиенты;
 5. маркетинговые посредники.
- 5) Экономическая среда связана:
 1. с удорожанием энергии;
 2. с повышением образовательного уровня;
 3. с ростом ассигнований на НИОКР;
 4. с характером распределения доходов населения;
 5. с регулированием коммерческой деятельности.
- 6) С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?
 1. гальванометр;
 2. диаскоп;
 3. тахистоскоп;
 4. айтрекер;
 5. аудиметр.
- 7) Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:
 1. квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации;
 2. методические приемы работы с информацией;
 3. офисное оборудование;
 4. программное обеспечение;
 5. все перечисленное.
- 8) Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?
 1. недифференцированный маркетинг;
 2. дифференцированный маркетинг;
 3. массовый маркетинг;
 4. концентрированный маркетинг;
 5. интегрированный маркетинг.
- 9) Какую стратегию охвата рынка обычно используют парикмахерские и салоны красоты?
 1. концентрированный маркетинг;
 2. недифференцированный маркетинг;
 3. массовый маркетинг;
 4. дифференцированный маркетинг;
 5. интегрированный маркетинг.
- 10) Расширенный комплекс услуг позволяет использовать:
 1. неценовую конкуренцию;
 2. видовую конкуренцию;
 3. скрытую ценовую конкуренцию;
 4. функциональную конкуренцию;
 5. открытую ценовую конкуренцию.
- 11) Кто является источником идей для создания нового продукта?
 1. ученые;
 2. потребители;
 3. рекламные агентства;
 4. отраслевые издания;
 5. все перечисленное.
- 12) Жизненный цикл товара – это:
 1. интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
 2. интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
 3. совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
 4. процесс развития продаж товара и получение прибыли;
 5. интервал времени, который начинается с разработки нового товара и заканчивается прекращением его производства.
- 13) Какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей?
 1. цена на изделие, уже снятое с производства;
 2. цена, устанавливаемая ниже, чем у большинства фирм на рынке;

3. цена потребительского сегмента рынка;
 4. эластичная (гибкая) цена;
 5. преимущественная цена.
- 14) В чем преимущество использования агентов и брокеров?
1. активно применяют достижения науки и техники;
 2. повышают качество товара;
 3. получают прибыль от реализации товара;
 4. используют подготовленный торговый персонал;
 5. принимают право собственности на товар и отвечают за него.
- 15) Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это:
1. метод конкурентного паритета;
 2. метод расчета на основании целей и задач;
 3. метод расчета в процентах к сумме продаж;
 4. метод исчисления от наличных денежных средств;
 5. метод экспертных оценок.
- 16) К какому критерию классификации относится престижная реклама?
1. характер воздействия на аудиторию;
 2. предмет рекламной коммуникации;
 3. способ воздействия;
 4. тип целевой аудитории;
 5. цель рекламной кампании товара в увязке с его жизненным циклом.
- 17) На кого не могут быть направлены мероприятия по стимулированию сбыта?
1. на посредников;
 2. на потребителей;
 3. на поставщиков;
 4. на продавцов;
 5. на общественность.
- 18) Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?
1. выставка;
 2. фотопродукция;
 3. интернет-ресурс;
 4. отношения со средствами массовой информации;
 5. печатные материалы.
- 19) Личная продажа – это:
1. использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка;
 2. налаживание отношений между предприятием и различными контактными аудиториями посредством создания выгодной для предприятия репутации, положительного имиджа;
 3. представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами;
 4. коммуникация с аудиторией посредством неличных оплачиваемых каналов; аудитория четко представляет источник послания как организацию, оплатившую средства распространения рекламы;
 5. интерактивная система маркетинга, предусматривающая непосредственный контакт с каждым покупателем, который реализуется в форме индивидуализированного диалога для получения немедленной обратной реакции.
- 20) Причина популярности прямого маркетинга:
1. возможность получения информации из различных баз данных;
 2. дефицит времени у потребителей для совершения покупок;
 3. возможность оплаты кредитными карточками;
 4. повышение квалификации торгового персонала и, как следствие, повышение качества индивидуального обслуживания покупателей;
 5. все перечисленное.

Задания для оценки умений

1. Ситуационные задачи:

Определите экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий фирмы, если известно следующее. Объем сбыта в среднем за день в дорекламный период составил 20 тыс. д.е., а после проведения рекламной кампании он достиг 22 тыс.д.е.

Наблюдение за объемом сбыта проводилось на протяжении 10 дней. Уровень прибыли в соответствующий период достиг 15 тыс.д.е., т.е. увеличился по сравнению с дорекламным периодом на 5 тыс.д.е. Сумма расходов на рекламу составила 2 тыс.д.е. Из 10 тыс. человек, которым предлагалось просмотреть рекламные проспекты о свойствах товаров, купить их согласились 6,5 тыс. человек.

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. Зачет

Вопросы к зачету:

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.

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.

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Зачет может проводиться как в формате, аналогичном проведению экзамена, так и в других формах, основанных на выполнении индивидуального или группового задания, позволяющего осуществить контроль знаний и полученных навыков.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачёту и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачёта и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путём самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».